ETTISAL
JOURNAL OF COMMUNICATION

Vol. 6, No.2, Desember 2021

P-ISSN: 2503-1880
E-ISSN: 2599-3240

Daftar Isi

Kesalahpahaman Komunikasi Suku Dayak dan Suku Banjar
Rico, Muzahid Akbar Hayat **1**

Kontroversi Perilaku Penyimpangan Seksual Sebagai Nilai Jual Film *Kucumbu Tubuh Indahku*
Tika Ramadani ,Zainal Abidin Achmad ,Yuli Candrasari, Sumardjijati Sumardjijati ,Pardianto Pardianto **19**

Representasi Kuliner Indonesia dalam Film *Aruna & Lidahnya*
Sri Wulandari **41**

Metode Utama Komunikasi Pemasaran Atraksi Wisata Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)
Taufik R. Talalu ,Citra Fransisca Indah Lestari Dano Putri, **dan Ibnuh Vanli Mokodompit** **53**

From The Tweets to Street: The Production of #GejayanMemanggil Movement Discourses and Frames
Rizki Ramadhani Nasution **63**

The Convergence Continum of Radio Songgolangit
Sulthan Helmizain Herdiaz Pramana, Nur Aini Shofiya Asy'ari, **Aditya Fahmi Nurwahid** **81**

Strategi Manajemen Media Alternatif Menyelamatkan Eksistensi dan Ideologi di Tengah Pandemi Covid-19
Ulfa Mawaddah Afriliani, Nurul Hasfi **101**

Manajemen Komunikasi Pemerintah Desa Terkait Fluktuasi Ekonomi Dalam Bantuan Covid-19
Nanda Laily Maulidin Fajrur ,Nurudin **119**

Text-Based Computer-Mediated Communication On Thesis Supervision Through *Whatsapp* In Pandemic Era
Palup, Lulu Adzizah Febrianti **131**

Strategi Komunikasi Dosen Digital Immigrant Dalam Proses Mengajar Daring
Rafiqah Yusna Siregar, Lusiana Andriani Lubis, Nurbani **147**

Vol. 6, No.2, Desember 2021

Available at:
https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/ettisal
http://dx.doi.org/10.21111/ejoc.v6i1.5027

ETTISAL
JOURNAL OF COMMUNICATION
P-ISSN 2503-1880
E-ISSN 2599-3240

Kesalahpahaman Komunikasi Suku Dayak dan Suku Banjar

Rico[1], Muzahid Akbar Hayat[2]
[1,2]Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
[1,2]Jl. Adhyaksa No.2 Kayu Tangi Banjarmasin,
Kalimantan Selatan, 70123, Indonesia
[1]ricoaje.1994@gmail.com, [2]m.akbarhayat@gmail.com

Abstrak

Dinamika komunikasi antarbudaya secara umum berada dalam masyarakat yang semakin global. Hilangnya batas wilayah dan budaya serta sekat antara satu orang dengan orang lain. Namun pada kenyataannya keragaman budaya dapat menimbulkan permasalahan yang dapat mengakibatkan masalah sosial. Hal yang dicapai dalam riset ini adalah menemukan gambaran kisah penyesuaian individu dari interaksinya suku Banjar dan defisiensi suku Dayak saat bersosialisasi dengan komunikasi mereka dengan masyarakat suku lain di Desa Sungai Teras, dimana merupakan daerah perbatasan Kalimantan Tengah dan Kalimantan Selatan. Spesifikasinya adalah menggali sebuah cara yang adaptif dari minimnya orang Dayak dan kesalahpahaman komunikasi antar kedua tersebut yaitu suku Banjar dan suku Dayak. Interaksi kehidupan sosial, hingga proses negosiasi tidak memahami komunikasi tatap muka, situasi percakapan, tahapan adaptif komunikasi bermasalah, komunikasi, dan rintangan yang terjadi adalah sering gagal memahami dan hingga pada akhirnya dapat menerima pola komunikasinya. Sebuah metode komunikasi antara dua suku. Metode Kualitatif dengan pendekatan fenomenologis deskriptif merupakan metode yang dipakai dalam riset ini yang menggunakan cara memahami pengalaman adaptif untuk mengetahui proses komunikasi antara Dayak dan Banjar. Dalam penelitian ini dipilih 10 orang dengan sampling untuk tujuan berdasarkan kriteria sebagai berikut Penduduk Desa Sungai Teras Kabupaten Kuala Kapuas yang berdomisili sudah melebihi dari 2 tahun keatas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketika banyak masyarakat Dayak menghadapi kekurangan masyarakat Banjar, terjadi kesalahpahaman komunikasi dengan "masalah budaya".

Kata Kunci: *Fenomenologi, Dinamika, Kesalahpahaman, Adaptasi, Eksplorasi*

Diterima : 13-12-2020 Disetujui : 29-07-2021 Dipublikasikan : 01 Agustus 2021

Missunderstanding of Communication Between The Dayak and Banjar Tribes

Abstract

Dynamics communication of intercultural in general in an increasingly global society. Loss of territorial and cultural boundaries, as well as barriers between one and the other. But in reality, cultural diversity can cause problems that can lead to social problems. The achieved in this research is to describe of the story individual adjustment from the interaction Banjar tribe and the deficiency of the Dayak tribe when socializing with their communication with other tribal communities in Sungai Teras Village, which is the border area of Central Kalimantan and South Kalimantan. The specification is to explore an adaptive way from the lack of Dayak people and the misunderstanding of communication between the two, namely the Banjar and Dayak tribes. The negotiation process is face-to-face communication, the adaptation phase of communication with problematic conversational situations, interactions in social life until you do not understand the communication, and often fail and accept patterns as well. A method of communication between two tribes. In the course of communication between the Dayak and Banjar, the researchers use a qualitative method that uses a descriptive phenomenological approach to understanding adaptation experiences. For this study, 10 subjects were selected by sampling based on the following criteria. Sei Teras Kapuas KualaVillage people living for more than 2 years. These findings show that when many Dayak communities face the Banjar tribe, there is a misunderstanding of communication as a 'cultural problem'.

Keywords: *Phenomenology, Dynamics , Misunderstanding, Adaptation, Exploration*

PENDAHULUAN

Ada beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya Komunikasi. Menurut Gudykunst dan Kim dalam (Mulyana, 2016) berpendapat, bahwa faktor budaya, lingkungan, sosia budaya, dan psiko budaya merupakan empat faktor yang berpengaruh pada saat kita berkomunikasi. Dalam (Sharipudin, K, & Gazley, 2020) bahwa Setiap anggota kelompok yang mengalami peristiwa eksternal yang berbeda, maka mereka akan memiliki profil yang unik (misalnya preferensi, sikap, nilai, dan karakteristik).

Komunikasi merupakan suatu hal yang tidak terlepaskan dari nilai Budaya. Dalam (Suyani, 2013) Edward T Hall mengemukakan bahwa budaya adalah komunikasi dan sebaliknya komunikasi adalah budaya.

Budaya adalah faktor penting, sebagai manusia dalam berkomunikasi antar sesamanya, baik untuk pihak dengan budaya yang sama maupun untuk orang lain dengan budayanya, sehingga dengan pemahaman orang berkomunikasi dengan pihak lain yang memiliki budaya yang berbeda secara efektif berjalan baik karena memiliki kesamaan arti untuk bahasa yang dimaksudkan. Budaya adalah langkah yang membawa pakaian manusia, percakapan dan persiapan makanan, langkah-langkah orang mengatur waktu, ruang dan standar dilakukan dalam kehidupan masyarakat, sebuah pembentukan interaksi dan dipraktikkan sebagai upaya peningkatan diri dan bentuk pengembangan (Spano, 2016).

Pemikiran, perilaku, dan bahasa manusia dipengaruhi oleh Budaya.

Ketika manusia dilahirkan untuk hidup kemudian menampilkan emosi dan reaksi serta membentuk sikap perilaku dengan kesadaran penuh atas kejadian maka itulah yang disebut Lingkungan Sosial. (Angelica, 2015). Pengaturan budaya orang masa kecil adalah dampak pola dalam pemikiran, interaksi, berkomunikasi dan perilaku dengan orang-orang dengan budaya yang berbeda. Tabrakan budaya (kultur kejut) terjadi karena tren kita menghilangkan bahwa budaya kita adalah subyektif dan benar dengan orang dari budaya lain diluar dari kita. Dan konsep ini dikemukakan oleh (Gorden, 1978).

Komunikasi sebagai komunikasi sosial yang sangat berguna dalam menciptakan otomatisasi, konsep diri, untuk kehidupan yang berkelanjutan untuk membangun kebahagiaan untuk mendapatkan keberuntungan, untuk menghindari stres dan tekanan di antara hal-hal lain, dapat terjadi Berbicara dengan komunikasi dan menawarkan harmoni kepada pihak lain.

Berdasarkan (Mulyana, 2016) dikatakan jika ada langkah dalam mencapai keefektifan komunikasi, terutama dengan orang yang memiliki beda budaya dengan orang lain, langkah-langkah berikut harus menerima: (1) Kita harus selalu memiliki metode kita dalam penilaian dan observasi perilaku lain. Karena evaluasi biasanya subyektif, dalam kontras kita dalam kasus apa pun yang dipengaruhi oleh budaya kita atau aset prasangka dalam komunikasi dengan orang lain; (2) Empati, jika kita harus memiliki mitra media kita dan dapat membawa diri mereka ke posisi yang tepat.

Gunakan sambutan yang sama dengan budaya yang mereka anut; (3) Kita perlu memahami dan tertarik dengan keunikan orang lain, tidak ada anggota trah, agama, masyarakat dan beberapa bagian; (4) Kita perlu memiliki pengetahuan minim tentang bahasa verbal dan tidak verbal, dan standar norma yang mereka miliki.

Komunikasi antarkultur merupakan bentuk proses penggabungan komunikasi yaitu antara orang dengan beda budaya sosial dengan orang lain dan beragam. Komunikator dan komunikan dalam proses ini, selalu mengalami selisih paham untuk memahami maksud pesan yang ditugaskan, karena adanya diferensiasi budaya masing-masing individu, sehingga mereka juga menentukan arah strata yang bertinngkat dan model kita menentukan dalam komunikasi dengan berbagai bahasa di mana setiap suku memiliki karakteristiknya sendiri, dalam komunikasi antarbudaya komunikasi verbal (bahasa) adalah representasi dari diri yang penting untuk menyediakan baik secara langsung maupun tulisan. Bahasa adalah sarana untuk melakukan interaksi untuk menyampaikan perasaan dan pemikiran kita.

Penggunaan tata bahasa digunakan ketika pertemuan terjadi, dapat dibuat kesepakatan sesuai dengan situasi dan kesadaran. Ada 2 suku yang berlaku di Kalimantan Tengah dan Kalimantan Selatan adalah suku Dayak dan suku Banjar. Keduanya memiliki bahasa yang berlainan sehingga dalam melakukan interaksi selalu menggunakan bahasa Banjar, karena penggunaan bahasa Dayak Ngaju tidak dimiliki oleh suku Banjar karena cukup sulit untuk dipahami, tidak ada pemilihan bahasa yang disempurnakan yang tidak mudah dipelajari dari suku-

suku lain yang bahkan dapat dipahami, ini berdampak memunculkan perselisihan pemahaman pada suku Banjar yang kaya akan bahasa. Hal itu dikonfirmasi oleh Porter dan (Samovar, Larry A., 2010) bahwa hubungan sosial dengan masyarakat lain memang lebih banyak dibutuhkan dan permintaan ini dilakukan oleh fungsi pertukaran fungsional seperti jembatan untuk menggabungkan kemanusiaan, karena tanpa komunikasi manusia akan terisolasi.

KesalahpahamanKomunikasi antara suku Dayak dan Banjar dari di desa Sungai Teras, Kuala Kapuas yang merupakan wilayah batas antara Kalimantan Selatan dan Kalimantan Tengah telah membuat tidak nyaman dalam interaksi antara dua suku, yang menghambat beberapa gerakan sosial aktif. Oleh karena itu, komunikasi antarbudaya dapat berupa solusi untuk pembentukan kehidupan dan toleransi yang harmonis bagi kedua suku dalam pemerintahan sendiri dan melakukan tugas dan fungsinya.

KAJIAN PUSTAKA

Beberapa penelitian sebelumnya telah dilakukan untuk menyelidiki kesalahpahaman komunikasi dan hambatan komunikasi antar budaya. Cukup menarik untuk mengkaji komunikasi budaya ini dalam keragaman etnis dan budaya Indonesia yang beragam. (Anwar, 2018) dengan judul Hambatan komunikasi antarbudaya dikalangan pelajar asli Papua dengan siswa pendatang di kota Jayapura. Penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan purposive sampling, sehingga mahasiswa asli Papua khususnya masyarakat Paniai dengan mahasiswa pendatang khususnya masyarakat Toraja suku Jawa banyak ditemui narasumber. antar budaya adalah sebagai berikut: Penggunaan bahasa adalah kesalahpahaman, nonverbal, prasangka dan stereotip bahasa dalam interaksi sehari-hari.

Dalam (Juariyah, 2012) dengan judul misskomunikasi antarbudaya mahasiswa pendatang di Kabupaten Jember. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dan deskriptif dengan pendekatan simbolik ekologi, sehingga mengakibatkan perbedaan bahasa, kebiasaan interaksi hidup di kalangan mahasiswa pendatang budaya Kabupaten Jember. Jika berada dalam budaya yang berbeda dan cenderung mengalami hambatan dan kesulitan dalam proses adaptasi di lingkungan budaya yang berbeda.

Dalam (Paris, Padriani & Iqbal, 2018) dengan judul komunikasi antarbudaya etnik Bugis dan etnik Mandar dalam interaksi perdagangan di pasar Senggol kota Parepare. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengambilan sampel objektif, sehingga mengakibatkan berbagai kendala dalam proses komunikasi dan interaksi, kurangnya wawasan budaya mereka, dan implikasi budaya yang menyesatkan. Ada stereotip dengan dua suku yang mengarah ke kasar, yang berakhir di Bugis karena kebiasaan komunikasi nada tinggi.

Communication berasal dari bahasa latin yang berarti "pemberitahuan" atau "pertukaran ide". Oleh karena itu, dalam (Suprapto, 2011) secara umum terdapat pola kesamaan pertukaran ide dan pemahaman antara komunikator (penerima pesan)

dengan komunikator (penyalur pesan) dalam proses komunikasi. Komunikasi yang dihadirkan (Sukendar, 2017) berasal dari Communicatus bahasa latin atau komunikasi atau communication yang berarti memiliki atau berbagi. Secara umum, komunikasi memiliki kegiatan harus berarti berbagi untuk membentuk pemahaman dan pertukaran ide antara komunikator (penerima pesan) dan komunikan (penumpuk pesan).

Dalam (Cangara, 2016) menurut Rogers dan D. Lawrence Kincaid, menghadirkan frasa baru yang menjelaskan: "proses dimana dua orang atau lebih bertukar informasi satu sama lain dan membentuk hal tersebut adalah Komunikasi, yang pada gilirannya mengarah pada hubungan timbal balik yang lebih dalam. Memahami," , sementara (West & Turner, 2014). Pengertian Komunikasi adalah penggunaan simbol untuk untuk menafsirkan dan menciptakan makna dalamkomunikasi di mana budaya dan pola kehidupan terbentuk di antara orang lain (mungkin etnis, sosial ekonomi, etnis, atau kombinasi dari semua perbedaan ini). (Liliweri, 2009) Seperti yang dikatakan KAB komunikasi dan interaksi antar individu dilakukan oleh banyak orang dengan latar belakang dan budaya yang berbeda (Liliweri, 2009). Jika anggota budaya adalah pencipta pesan dan anggota budaya lain sebagai penerima pesan maka hal tersebut adalah komunikasi budaya. Dalam (Sihabudin, 2013) menurut Tubbs and Moss in jika ada pada suatu posisi dimana komunikasi antar individu yang memiliki perbedaan budaya (dalam hal perbedaan suku, ras dan sosial ekonomi) maka disaat itulah disebut Komunikasi antar budaya.

Menurut Gimyoung Young dalam (Suranto, 2010), komunikasi lintas budaya adalah suatu proses kejadian komunikasi di mana subjeknya beragam dan terdiri dari berbagai latar budaya lain untuk membentuk hubungan langsung atau tidak langsung antara seorang individu dengan individu lainnya. Dalam hal ini tidak terbatas pada budaya, seni, adat dan tari komunikasi antarbudaya. Budaya komunikasi antarbudaya adalah manifestasi dalam arti menjadi budaya atau materi yang digunakan oleh budaya dalam bentuk benda nyata, dan dalam bentuk aspek immaterial, yaitu ideologi budaya dan seni, agama, dan semua elemen terkait dalam bentuk budaya dan seni. Nilai sosial dan Norma membangun hubungan komunikasi antarbudaya memiliki beberapa proses adalah: (a) Komunikator Komunikasi dalam komunikasi lintas budaya adalah pihak yang memprakarsai proses penyusunan dan pengiriman pesan kepada orang yang disebut penerima pesan atau komunikator.

Komunikasi antarbudaya artinya penerima pesan dengan budaya B memiliki latar belakang budaya yang berbeda; (b) Komunikator Orang atau pengirim yang menerima pesan dapat memahami pesan yang diterima melalui tiga aspek: (1) kognisi, pengirim dapat membuat pesan menjadi masalah nyata. (2) Emosional, pesan yang diteruskan dapat membawa hasil yang baik, dan komunikasi percaya kapan pun mereka mau. (3) Tindakan nyata, tindakan nyata, dan penerima pesan dapat mengambil tindakan yang tepat danberdasarkan (Suranto, 2010): (1) Praktik komunikasi dapat dipengaruhi oleh cara kita memahami perbedaan sosial

dan budaya. (2) Memahami kesulitan yang timbul dalam komunikasi antarbudaya. (3) Teknologi proses komunikasi bahasa dan nonverbal. (4), prinsip umum untuk meningkatkan keterampilan komunikasi dengan pemangku kepentingan yang berbeda dari berbagai latar belakang adalah:

(1) Komunikasi adalah tentang mencapai tujuan tertentu. Semua interaksi komunikasi memiliki tujuan dan harapan tertentu. Setelah dipahami tujuan aktivitas komunikasi yang perlu dicapai, dapat mengembangkan secara otomatis metode komunikasi yang relevan. Ada sistem yang dapat digunakanuntuk mengembangkan tujuan komunikasi. Pencapaian (a) tanggal yang diharapkan, (b) penilaian tujuan, aktual, tergantung pada apakah tujuan yang kita harapkan memiliki arti dan peluang.

(2) Komunikasi adalah sebuah proses. Komunikasi merupakan suatu bentuk proses karena komunikasi merupakan aktivitas dinamis yang terjadi secara terus menerus. Komunikasi, di sisi lain, dapat menunjukkan keadaan aktif dengan memulai dengan proses yang pada dasarnya berkelanjutan, seperti komunikator individu membentuk dan mengirim pesan dan menerima umpan balik.

(3) Komunikasi merupakan unsur informasi transaksi. Berkomunikasi dalam proses komunikasi Sekarang Anda dapat menafsirkan keberadaan bagian dan elemen yang akan dieksekusi, dimulai dengan pesan yang diteruskan dengan komunikator.

Setiap elemen memiliki peran dan karakteristik yang berbeda, namun saling mendukung dalam pembentukan proses transaksi yang dikenal dengan komunikasi. Penyedia informasi atau pesan yang diteruskan diperjualbelikan dalam proses komunikasi.

(4) Penting untuk mengamati karakteristik komunikator. Pesan yang ditransfer sangat penting untuk diperhatikan. Memberikan kepada setiap orang berarti pendekatan lain dan Anda bisa mendapatkan hasil lainnya. Singkatnya, karakteristik komunikasi adalah sumber informasi berharga yang dapat digunakan untuk mengklasifikasikan pesan yang terkait dengan karakteristik komunikasi.

(5) Komunikasi telah mengalami perkembangan teknologi dengan beberapa bentuk saluran komunikasi lisan dan tulisan yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan yang perlu didukung oleh saluran terkait.

(6) Adanya efek komunikasi yang dapat atau tidak dapat diakomodasi. Ciri komunikasi salah satunya dengan manusia adalah interaksi komunikasi mempunyai efek yang dapat diakomodasi dan efek yang tidak tertandingi. Kalimat bermakna bahwa apa yang disampaikan kepada orang lain tidak selalu berada pada satu sudut pandang, bahkan bisa tidak menjadi keinginan kita.

(7) Adanya latar belakang sosial budaya yang berbeda. Setiap manusia memiliki kekhususan tersendiri pada latar belakang budayanya. Salah satu alasan dimana manusia mengalami kesulitan dalam berkomunikasi adalah perbedaan latar belakang sosial budaya karena perbedaan cara pandang dan metode memaknai atau memaknai pesan juga simbol dalam interaksi komunikasi yang

kerap digunakan.

Menurut (Shoelhi, 2015), ada 3 faktor yang menghambat komunikasi lintas budaya: faktor psikologis, faktor ekologis, dan faktor mekanis. Faktor mekanis, festival, konferensi, obrolan, panggilan konferensi, dll. Itu selalu berkaitan dengan media dan teknologi yang digunakan untuk berkomunikasi sesama mereka. Faktor ekologi berkaitan dengan perbedaan energi eksternal dan keadaan sosial ekonomi yang dapat mempengaruhi pelaku komunikasi, atau kondisi lingkungan seperti hujan, kebisingan, petir, dan faktor alami lain. Faktor lain adalah psikologis berkaitan kepada keadaan mental individunya, hal ini bisa mempengaruhi proses baik negatif ataupun positifnya dalam proses interaksi komunikasi. Selain semua faktor tersebut, terdapat kendala besar yang dapat mempengaruhi terbentuknya komuni dan komunikasi antar komuni adalah perbedaan budaya. Ketika partisipan dalam komunikasi memiliki kesamaan budaya, tujuan komunikasi menjadi lebih lembut.

Dalam (Sihabudin, 2013) Menurut Iull, kontak dalam budaya/linguistik bermakna lebih luas tidak hanya pada beberapa kata, bahasa, atau ucapan. Muncul Fakta dalam bahasa, bukan di luarnya. Ketika berbicara tentang bahasa, tidak ada pemikiran dunia atau tujuan lainnya.

Menurut (Samovar, Larry A., 2010), komunikasi antarpribadi merupakan salah satu ragam bahasa antarkomunikasi. Dengan kata lain, ketika seseorang dari lintas budaya berinteraksi dengan komunikasi, tentu saja mereka tidak berbicara bahasa asli mereka. Berinteraksi dengan orang-orang dari latar belakang budaya yang berbeda harus dianggap mengurangi kemungkinan misskomunikasi karena memaksa seseorang untuk menggunakan bahasa budaya mereka sendiri ketika berbicara meningkatkan kemungkinan misskomunikasi. Bahasa dapat dijadikan sarana utama komunikasi manusia.

Dikemukakan Arnold dan Hirsch dalam (Sihabudin, 2013), bahasa memiliki 4 fungsi: (1). Pengenal (2) Sarana interaksi sosial, (3). Pemurnian diri, (4). Dengan operasi.

(Suranto, 2010) Alo Iiliweri menyatakan bahwa ada empat ciri bahasa: a. Bahasa digunakan sebagai alat untuk membedakan sesuatu. b. Bahasa digunakan sebagai alat interaksi. c. Bahasa adalah sarana untuk melepaskan emosi dan stres. d. Bahasa menjadi alat operasi.

Jones dalam (Liliweri, 2003) adalah pembentukan dan penyatuan secara sadar kekurangan atau kekurangan kelompok karena kesamaan budaya atau subkultur tertentu, agama, etnis, negara dan tugas tertentu. Digambarkan sebagai sekelompok orang yang telah. Orang-orang dalam kelompok etnis memiliki kesamaan dalam bahasa, latar belakang sejarah, nilai, tradisi dan adat istiadat, dan kelompok etnis adalah populasi orang seperti: (a) Adanya kesadaran membangun simbiosis budaya dengan sistem nilai budaya yang serupa. (b) Dapat mempertahankan perkembangan dan kelangsungan hidup grup. (c) Membangun sistem komunikasi dan interaksi lain.

Menentukan keunikan grup sendiri dan dapat diterima grup lain Phinney dalam (Tarakanita, I. dan Cahyono, 2013) mengatakan bahwa ada tiga tahap dalam proses pengembangan identitas etnis

individu dalam kehidupan dalam proses pengabdian dan penyelidikan. Ketiga tahapan tersebut adalah sebagai berikut :

(a) Identitas Suku "*Unexamined*". Sehubungan dengan identitas etnis dan penyitaan yang tersebar, mereka dibedakan dan menampilkan hambatan untuk pengetahuan dan pemahaman tentang etnis dan latar belakang ras mereka. Tidak dapat diandalkan untuk diikat ke kelompok etnis.

(b) Identitas Suku *Search* atau disebut *Moratorium.* Mengungkapkan bahwa besarnya pencarian untuk terlibat, tanpa memberikan upaya untuk koherensi, atau mulai menciptakan hubungan dengan bangsanya sendiri. Karakteristik yang merepresentasikan kegiatan proses eksplorasi, yakni mampu mempelajari lebih jauh tentang sosial budaya mereka, memahami latar belakang mereka, dan memecahkan masalah yang relevan terkait dengan niat anggota dalam kelompok etnis mereka yang belum tercapai.

(c) Identitas Suku *achieved.* Dapat diartikan sebagai komitmen untuk memahami secara mendalam kesatuan seseorang dengan kelompoknya dengan berfokus pada pengetahuan dan pemahaman atau pemahaman tentang apa yang dapat diperoleh dengan berpartisipasi secara aktif dalam latar belakang budaya dan sosial seseorang.

Stanley Deezt dalam ((Morrisan, M.A. dan Corry, 2009) menyatakan bahwa fenomenologi kebiasaan memusatkan perhatian pada pengalaman sadar seseorang. Teori komunikasi pembentuk kebiasaan fenomenologi berpandangan bahwa adalah mungkin untuk memberikan kesan positif terhadap semua pengalaman yang dialami individu dan memahami lingkungan budayanya sendiri melalui pengalaman pribadi dan berhubungan langsung dengan lingkungannya. Kebiasaan fenomenologi ketika menampilkan proses sangat besar dalam pikiran atau perasaan individu, pengalaman subjektifnya. Pendukung teori percaya bahwa pengalaman dan cerita orang adalah faktor yang paling penting, dan memiliki kekuatan besar dibandingkan dengan apa yang dianggap benar bahkan dalam penelitian. Fenomenologi berasal dari kata fenomena. Ini mengacu pada keberadaan suatu objek, peristiwa, atau situasi dari sudut pandang seseorang. Fenomenologi digunakan untuk memahami dunia dengan menggunakan pengalaman langsung. Fenomenologi menyajikan unsur-unsur pengalaman aktual sebagai data penting untuk memahami realitas.

Stanley Deetz (Morrisan, M.A. dan Corry, 2009) menulis tiga konsep dasar fenomenologi: (a) Pengetahuan adalah pengakuan. Pengetahuan diperoleh langsung dari pengalaman sadar. (b) Kemungkinan hidup seseorang memiliki maknanya sendiri. Dengan kata lain, itu mempertahankan bagaimana kita melihat objek dan mengartikannya bagi kita. (c) Bahasa adalah perjalanan. Dimana bahasa memiliki pengalaman yang dapat digunakan untuk menafsirkan dan menjelaskan dunia.

Penafsiran dan kesan deret merupakan isu yang dianggap sangat penting dalam fenomenologi. Kesan adalah langkah aktif pikiran yang dilakukan secara kreatif untuk menekankan pengalaman pribadi individu. Menurut pemikiran fenomenologis, individu yang mengalami kesan suatu kejadian dapat memberikan

makna yang mendalam terhadap semua situasi dan situasi yang dialaminya. Situasi seperti itu dapat terjadi tanpa henti (terus menerus) antara memberi makna dan pengalaman, dan setiap pengalaman baru yang diperoleh perlu memberinya makna baru.

Dalam konteks penelitian ini, teori fenomenologi mendukung proses komunikasi antarbudaya masyarakat perbatasan Kalimantan Selatan dan Kalimantan Tengah, yaitu masyarakat Dayak dan Banjar di Desa Sei Teras, Kapuas Kuala Kabupaten Kapuas.

Komunikasi antarbudaya adalah kesadaran individu atau sekelompok orang yang mampu berkomunikasi sehubungan dengan pengetahuan, pengalaman yang diperoleh orang secara langsung dan sadar dari interaksi komunikasi antarbudaya dibentuk di mana mereka melihat perbedaan latar belakang budaya dan kehidupan orang-orang tersebut. bagaimana hal itu mempengaruhi masayarakat. Interaksi yang terjadi untuk membedakan dan menggambarkan bagaimana orang Dayak dan orang Banjar dapat melalui bahasa.

(Gudykunst, William B. Kim, 2003) menyatakan bahwa inspirasi dan motivasi dari mereka yang melakukan penyesuaian memiliki kebutuhan yang berbeda. Kemampuan seseorang untuk berkomunikasi tergantung pada proses adaptasi atau penyesuaian yang mengarah pada nilai dan norma baru. Namun, untuk menghindari kesalahpahaman interaksi dalam komunikasi secara langsung, setiap individu harus mengalami masalah koordinasi sehingga dapat mengambil manfaat dari lingkungan barunya.

Dalam proses adaptasi antarbudaya, individu harus mempraktikkan sosialisasi dengan budaya atau budaya lain melalui tantangan yang berkelanjutan karena mereka cenderung beradaptasi dengan lingkungan budaya baru di mana mereka bertempat tinggal. (Berry, 1999) menyatakan bahwa konversi banyak orang oleh seleksi alam dalam interaksinya dengan lingkungan adalah adaptasi. Adaptasi, seperti yang dijelaskan dalam ilmu-ilmu sosial, mengacu pada perubahan yang terjadi selama masa hidup organisme yang berhubungan dengan lingkungan. Adaptasi atau penyesuaian terhadap lingkungan ini sangat berharga dalam memfasilitasi komunikasi lintas budaya yang akurat dan efektif. Adaptasi adalah perjalanan untuk mencapai keseimbangan lingkungan. Individu yang telah berhasil berkomunikasi dengan orang-orang dari latar belakang budaya yang berbeda harus beradaptasi untuk menjalin keharmonisan dan menghindari kesalahpahaman dalam komunikasi dan interaksi sosial.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan peneliti dalam proses penelitian adalah kualitatif. Artinya, didasarkan pada pemaparan dan penggambaran secara kuat dan luas, dan mencakup pemahaman tentang rangkaian operasi yang terjadi dalam lingkup suatu tempat, Huberman dan Miles (Silalahi, 2012).

Peneliti menggunakan pendekatan fenomenologis untuk membantu memahami pengalaman hidup orang Dayak dan Banjar dalam interaksi sosial dari perspektif pertama. Untuk itu, peneliti

berusaha semaksimal mungkin untuk mengamati dan mendengarkan para informan menceritakan pengalamannya. Peneliti harus dapat menerima makna murni dari setiap pengalaman yang dialaminya, dan mereka membutuhkan interpretasi transenden dan pemahaman yang muncul. Dalam perjalanan penelitian fenomenologis deskriptif, bias, ide, dan asumsi harus dihilangkan. Peran peneliti dalam fenomenologi deskriptif adalah untuk membentuk kesan dan makna pengalaman hidup informan melalui observasi interaktif dan mendengarkan. (Wojnar, D. M, & Swanson, 2007).

Maksud dan tujuan penggunaan metode fenomenologis deskriptif adalah untuk menyelidiki fenomena yang muncul dari pengalaman penyesuaian diri atau adaptif dalam komunikasi antara orang Dayak dan Banjar. Interaksi sosial yang disalahpahami. Sebuah studi fenomenologi deskriptif harus melalui tiga tahap: intuisi, analisis, dan deskriptif. Spielgelberg dalam (Streubert & Carpenter, 2011).

Dipilih informan sebanyak dari 10 orang yang berasal dari daerah perbatasan Kalimantan Tengah, Kalimantan Selatan, di desa Sei Teras Kapuas Kuala. Ketika menelusuri pengalaman adaptasi komunikasi orang Dayak dan Banjar, peneliti memiliki kriteria dan ukuran tertentu. Topik ini memberikan kedalaman dan kualitas data wawancara yang diperoleh di lapangan. Penentuan dan penyiapan sumber juga dilakukan di lapangan pengambilan data agar kreatif, akurat, proporsional, serta memahami aspek dan perspektif yang tepat, sesuai kebutuhan.

Menurut (Patton, 1990), ada dua cara untuk memilih sumber (strategi sampling) untuk penelitian kualitatif : (1) Random probability sampling adalah pengambilan sampel secara acak dari populasi dengan mengamati jumlah sampel sehingga sampel tersebut dapat digeneralisasikan ke populasi. (2) Intensional sampling dan sampel dipilih sesuai dengan arah penelitian tanpa mempertimbangkan kemungkinan generalisasi.

Pengambilan informasi dan data dilakukan disalah satu Desa di wilayah Kalimantan Tengah yang berbatasan langsung dengan Kalimantan Selatan tepatnya adalah Desa Sungai Teras, Kuala Kapuas bersebelahan dengan desa Sekata Barito Kuala. (Sei Teras, 2020). Waktu survei 21 Agustus hingga 1 Desember 2020.

Fokus riset penulis adalah kesalahpahaman komunikasi antara orang Dayak dan Banjar.

Tabel 1 Narasumber

Nama	Usia	Suku	Keterangan
Terti dipora	56	Dayak	Sekcam Kapuas Kuala
Paapung	59	Dayak	Tokoh Dayak
Armain	49	Dayak	Tokoh Dayak
Budi	38	Dayak	Pemuda Dayak
Bety	43	Dayak	Masyarakat Dayak
Haji Yamani	48	Banjar	BPD Desa Sei Teras
Roman syah	39	Banjar	Sekdes Sei Teras/Tokoh Banjar
Anwari	64	Banjar	Tokoh Banjar

Asra	53	Banjar	Tokoh Banjar
Fauzi	33	Banjar	Pemuda Banjar

Sumber: Olahan Peneliti

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bersumber pada data riset di desa Sungai Teras pengamat memperoleh 2 pokok besar penemuan pada pengalaman penyesuaian diri dari perselisihan paham komunikasi antar suku Dayak serta Suku Banjar dalam menghadapi cara komunikasi yang berbeda karena anggapan budaya baru pada hubungan sosial mereka yakni "selisih budaya", serta" selisih paham budaya" pada bagian ini suku mereka menghadapi persoalan "culture problem".

Berdasarkan data hasil yang dianalisis dan informasi diperoleh jenis metode yang digunakan kedua suku dikala mengekspresikan tata cara mereka berhubungan dan bertatap muka dalam hal diferensiasi sosial budaya yang tercipta dikala berhubungan serta berbicara. Hal besar yang ada ialah "diferensiasi budaya" dimana ini yang dijadikan peneliti selaku hasil serta penemuan riset yang dicoba dilapangan dari 10 informan dalam riset ini.

Hasil riset membuktikan jika Dayak serta Banjar memiliki perbandingan dari sudut style hidup, adat istiadat, penampilan, bahasa/ dialek, metode berhubungan, salah satu perbandingan yang dapat dilihat merupakan masakan dimana suku Banjar mempunyai masakan yang berkuah dengan karakteristik khas semacam Gangan Waluh, Garih Batanak, Soto Banjar, serta sebagainya. Hal tersebut merupakan warisan budaya yang diperoleh dengan turun temurun, berbeda selera dengan suku Dayak yang menggemari sebagian santapan yang berkuah tetapi berbeda dalam tipe semacam juhu ujaw, juhu tumbuk dawen jawaw ataupun kalumpe, juhu singkah hambiye, juhu singkah uhut dan sebagainya, dengan proses menyesuaikan diri yang dicoba oleh kedua suku baik Dayak ataupun Banjar yang silih menghormati satu sama lain membuat karakteristik khas santapan tersebut jadi dapat diterima kedua suku apalagi jadi khas santapan yang bisa menyatukan kebersamaan kedua suku buat membangun kebudayaan generasi berikutnya.

Dalam (Kusrini, 2006) Martin dan Oxman mengemukakan jika suatu objek mendapatkan aksi yang akuran maka pola mental dapat dibuat dengan keahlian pengetahuan. Pengetahuan menegaskan pembuatan mental dalam menguak serta menegaskan kembali pemberitahuan-pemberitahuan yang telah masyarakat peroleh secara akurat cocok dengan apa yang tadinya mereka peroleh. Pemberitahuan yang diartikan berhubungan dengan terminology serta peristilahan, fakta- fakta, simbol- simbol, prinsip- prinsip serta keahlian.

Kehidupan masyarakat perbatasan Kalimatan Tengah serta Kalimantan Selatan antar suku Dayak serta suku Banjar yang terdapat di Desa Sei Teras Kabupaten Kuala Kapuas sangat damai dengan seluruh berbagai kekayaan alam yang terdapat disekitar, yang terdiri dari bidang perikanan dan pertanian yang selalu berlimpah setiap tahunnya. Namun perbedaan persepsi dalam berkomunikasi masih sering terjadi pada kedua suku tersebut. Beberapa warga

suku Banjar yang terdapat di Desa tempat penelitian yaitu Sungai Teras Kapuas Kuala mempunyai style hidup telah menuju ke arah materialistis pragmatis ialah yang cenderung kepada kepentingan instan dalam kehidupan, sehingga dalam pola hidup suku Banjar yang terdapat di wilayah ini dapat dikatakan konsumtif, ini selaras dengan yang dikemukakan oleh (Sahrianyah, 2015). ini tercermin dalam kehidupan mereka sehari-hari yaitu penggunaan Hp android, sepeda motor, warung kue maupun warung makanan yang merata disemua golongan memilikinya. Melihat tersebut Suku Dayak memulai untuk menjajaki kebiasaan/gaya hidup dari suku Banjar yang dominan disana.

Dalam (Sihabudin, 2013) dijelaskan bahwa makna dari Leathers adalah proses dan penampilan dalam komunikasi. *Artifactual communication* adalah komunikasi non verbal yang sering sekali dikatakan komunikasi dengan penampilan, dimana adanya perubahan penampilan dari individu tersebut sebagai bentuk komunikasi. Jenis komunikasi ini sangat menonjolkan penampilan, contoh nyatanya adalah perubahan penampilan agar terlihat menjadi sempurna dengan mengenakan perhiasan, baju mahal, kacamata, model rambut, kosmetika dan lain-lain.

Setiap individu memiliki perasaan terhadap orang lain yang kerap ditunjukkan dengan adanya objek, peristiwa dan aktivitas yang disebut perilaku (Suranto, 2010). Perilaku ini terkait dengan sikap yang dapat menggambarkan sebuah perasaan suka atau tidak suka kepada sesuatu objek, yang mana dapat bersifat netral, negatif dan positif. Jika individu merasakan keraguan berpendirian negatif atau positif terhadap suatu peristiwa, ini biasanya terjadi jika individu tersebut memiliki sikap ambiven kepada sebuah objek.

Dalam proses interaksi komunikasi, sebuah kesuksesan juga dipengaruhi keadaan perilaku terhadap orang sekitarnya, dimana terkadang bersifat irasional yaitu antara perilaku komunikasi antarbudaya dan pengaruh sikap.

Perbedaan persepsi atau kesalahpahaman dalam berinteraksi kerap terjadi pada komunitas suku Dayak dan suku Banjar didaerah Desa Sungai Teras yang bertempat diperbatasan Kalimantan Tengah dan Kalimantan Selatan pada saat proses interaksinya dimana masing-masing kedua pihak tidak dapat memaknai karakteristik pesan yang disampaikan dengan baik. Dari penelitian dilapangan dan sumber dari beberapa informan telah dilakukan pemantauan yang menunjukkan bahwa kedua suku yaitu suku Dayak dan suku Banjar, narasumber memiliki tingkah laku, sifat, karakter, tingkah laku, sifat, serta cara penerimaan pesan, cara penyampaian pesan serta bagaimana cara menyampaikan jawaban pada saat proses wawancara terjadi. Berdasarkan informasi yang didapat bahwa setiap orang yang diwawancara baik dari Suku Dayak maupun Suku Banjar di Desa Sungai Teras, pernah mengalami rintangan bermacam-macam dalam melakukan komunikasi kepada masyarakat lain yang berbeda suku, latar belakang etnis/sosial budaya.

Rintangan yang kerap menjadi judul besar dalam proses komunikasi suku Dayak dan suku Banjar yaitu : adanya perbedaan bahasa dan perbedaan dialek, kesalah

pahaman nonverbal, serta prasangka dan stereotip.

Hambatan yang sering ditemui dan sering dibicarakan pada saat membahas tingkat kesulitan dalam menjalankan komunikasi antarbudaya padahal disisi lain aktivitas budaya harus selalu dilestarikan adalah hambatan perbedaan dialek dan bahasa (Language Differences). Nilai yang melekat dalam masyarakat terwakili oleh adanya aktivitas budaya, motivasi yang ada di ruang masyarakat sebagai bentuk motivasinya dalam melibatkan diri dalam kegiatan baik secara komunitas maupun individu (Duffett, 2013).

Masyarakat yang tinggal di wilayah yang berbatasan antara dua propinsi yang berbeda suku seperti antara Kalimantan Tengah dan Kalimantan Selatan, khususnya Dayak dan Banjar yang menjadi suku dominan, hal ini menjadi sering terjadi. Walapun mereka dalam berkomunikasi sehari-hari dengan suku lain menggunakan bahasa Indonesia dalam melakukan interaksi sosial dan proses komunikasi dengan suku tersebut, mereka tetap tidak dapat menghindari penggunaan bahasa sehari-hari atau bahasa lokal mereka. Jika orang Dayak berkomunikasi dengan suku lain, bahasanya tanpa pilihan bahasa seperti bahasa lembut, bahasa perantara dan bahasa kasar, sehingga itulah yang menjadi masalah. Berbeda dengan orang Banjar yang kaya akan ciri kebahasaan mulai dari halus, sedang hingga kasar, orang Banjar bisa menilai seseorang dari segi penggunaan bahasa tersebut.

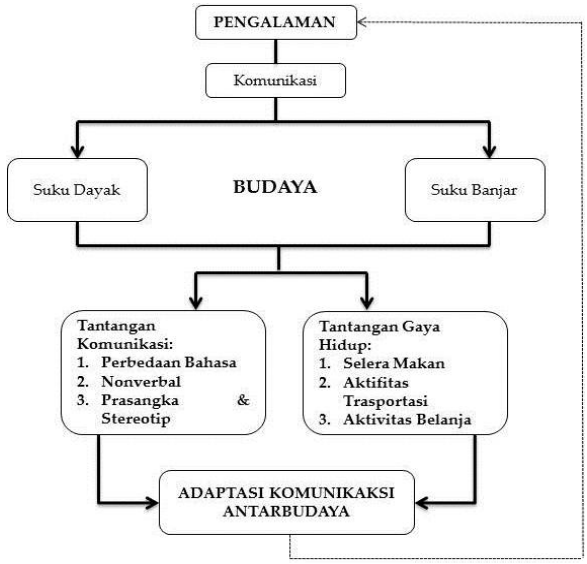
Desain spasial gerakan ekspresi, gerak gerik anggota badan, ekspresi wajah, diferensiasi budaya, dan perlakuan nonverbal lainnya yang tidak menggunakan tanda dan kata-kata merupakan hal-hal yang termasuk dalam kesalahpahaman non verbal. Simbol adalah bentuk sederhana atau kompleks dari komunikasi makna tersirat pada sebuah ide, yang diorganisasikan untuk membentuk bagian penting dari budayanya (Klinenberg, 2013).

Menurut berbagai penelitian, komunikasi non-verbal lebih digunakan untuk mendalami perilaku manusia daripada mengetahui apa yang harus dikatakan, ditulis, dan memperkuat pesan non-verbal yang disampaikan secara lisan. Komunikasi Dayak dengan semua kelompok umur, suku bangsa hanya menggunakan satu bahasa untuk berkomunikasi dengan orang-orang yang usia dan usianya lebih muda, tidak ada perbedaan bahasa. Sehingga dianggap tidak sopan untuk tidak menempatkan posisi mereka pada stratanya. Seseorang ada di tempat mereka.

Prasangka dan Stereotip pada riset penulis terhadap dua suku tersebut mengungkapkan bahwa budaya yang berbeda yang melatar belakangi adat dan kebiasaan yang berbeda. Pada dasarnya, tradisi sangat terkait dengan kedua suku tersebut. Persamaan antara kedua suku tersebut yaitu Suku Dayak dan Banjar adalah memegang tradisi yang kuat, tetapi masyarakat Dayak menjalankan tradisi ini lebih banyak daripada masyarakat Banjar yang terlihat lebih menonjolkan sisi keagamaannya. Misalnya, adat budaya Senoman Hadarah Banjar yang akhirnya melahirkan tradisi-tradisi yang berkaitan dengan keagamaan. Perbedaan tersebut dapat menimbulkan stereotip dan prasangka, serta perbedaan perspektif dan pemikiran masing-masing suku dapat

menimbulkan kesalahpahaman dari interaksi mereka dalam komunikasi antara kedua suku.

Gambar 1 : Bagan Adaptasi Komunikasi Antarbudaya



Sumber: Hasil Pengembangan Peneliti, 2020

Komunikasi antar budaya yang kurang Dayak dan Banjar memiliki beberapa kendala yaitu perbedaan bahasa. Kesalahpahaman non-verbal, prasangka dan stereotip. Ada juga masalah gaya hidup seperti jenis makanan, transportasi dan aktivitas belanja. Dalam teori analisis budaya implisit, budaya implisit bukanlah wujud material, melainkan budaya yang tidak berpola seperti benda atau benda dan masuk ke dalam kehidupan sosial dan nilai budaya masyarakat. Bahasa adalah bagian dari budaya implisit. Bahasa adalah alat komunikasi yang dapat digunakan individu untuk mengekspresikan pengalaman, ide, pemikiran, dan pendapatnya masing-masing dalam kehidupan dan dunia. Bahasa adalah alat komunikasi dengan orang lain tentang beberapa hal di dunia yang memperkuat dan memelihara hubungan setiap individu yang menggunakannya. Bahasa dapat memfasilitasi semua jenis proses dan dapat dioperasikan di semua area. Sehingga, dari teori ini dapat dilihat bahwa bahasa dapat mempengaruhi proses komunikasi antar budaya yang berbeda. Namun, penggunaan Bahasa Indonesia dalam berkomunikasi antar budaya dapat dilakukan sebagai bentuk langkah untuk menghindari kesalahpahaman, karena bahasa yang sulit dipahami dapat menyebabkan masalah di antara kedua suku tersebut. Namun, tidak dapat dihindari bahwa kesalahpahaman pemahaman bahasa masih sering terjadi.

Berdasarkan (Liliweri, 2009) dalam teori etnosentrismenya, etnosentrisme adalah "pemahaman", dan orang yang percaya pada budaya dan bangsa sering merasa lebih baik daripada budaya mereka sendiri dan kelompok lain. Etnosentrisme dapat meningkatkan sikap "kita" dan "mereka". Oleh karena itu, dalam teori etnosentrisme, kesukuan Dayak dan kesukuan Banjar dapat dikatakan disosialisasikan dan dikomunikasikan dengan menggunakan simbol-simbol. Pada suku Dayak Semua kalangan berkomunikasi menggunakan bahasa yang sama, tidak memandang usia sehingga menurut suku Banjar hal ini melanggar etika kesopanan. Sedangkan pada suku Banjar bagi mereka yang masih muda harus memiliki perbedaan bahasa dengan orang-orang seusia atau lebih tua, tidak diperbolehkan untuk mencampur metode komunikasi ini, karena mereka berpikir hal ini masuk etika kesopanan kepada orang lain. Orang Banjar bisa menggunakan berbagai bahasa saat berkomunikasi sesuai dengan segmentasi kalangannya. Budaya dan etnis sangat jelas bagaimana berkomunikasi dengan orang yang lebih tua dan orang yang lebih muda. Studi ini menunjukkan hasil dan kita dapat melihat bagaimana kedua

suku bereaksi negatif terhadap masing-masing suku. Orang Banjar mengandaikan bahwa orang Dayak memiliki karakter yang kuat dalam bahasa dan komunikasi, yang menganggap semua kelompok diperlakukan sama, tanpa memandang usia. Perspektif Dayak pada Banjar adalah bahwa orang Banjar kurang menghargai perbedaan sosial dan budaya karena terlalu memegang nilai keagamaan.

KESIMPULAN

Menggali pengalaman beradaptasi dalam yang dimiliki oleh dua suku dominan Kalimantan yaitu Banjar dan Dayak, interaksi sosial yang mereka hadapi sebagai kesalahpahaman komunikasi, antara lain kesalahan pemahaman nonverbal, prasangka, stereotip dan perbedaan bahasa (*language difference*). Dapat dijelaskan bahwa Orang Dayak ketika menghadapi perbedaan budaya misalnya suku lain dan dalam hal penelitian kali ini adalah berkomunikasi dengan suku Banjar, maka mereka bisa dikatakan memiliki "culture problem".

Perbedaan persepsi tentang komunikasi antarakedua suku ini yaitu Dayak dan Banjar disebabkan oleh berbagai faktor seperti perbedaan bahasa, kesalahpahaman nonverbal, prasangka dan stereotip, bahasa merupakan hal dianggap memiliki kesalahpahaman komunikasi dengan suku Banjar dan juga dialek lokal. Ketika berkomunikasi dengan orang-orang dengan latar belakang budaya yang berbeda, bahasa Indonesia digunakan sebagai bahasa komunikasi umum. Meskipun komunikasi sehari-hari dengan sukunya sendiri menggunakan bahasa daerah masing-masing, misalnya dialek Dayak Ngaju yang digunakan suku Dayak, sedangkan dialek mulai dari yang lembut hingga yang kasar yang digunakan suku Banjar.

Komunikasi lintas budaya merupakan satu dari sebagian strategi yang dapat diambil untuk mengatasi kesalahpahaman komunikasi dan penanganan konflik antar suku. Yang mana komunikasi lintas budaya ini bertujuan untuk mengurangi dampak ketidakpastian pemahaman antara komunikator dan komunikan dengan latar belakang sosial dan budaya mereka yang berbeda. Untuk memberikan pengertian kepada kebudayaan orang lain/suku lain yang pada akhirnya akan menghadirkan rasa keterbukaan satu sama lain dan saling menghormati, maka para pelaksana komunikasi ini diharapkan menjadi pribadi yang berkarakter serta berbudaya.

DAFTAR PUSTAKA

Angelica, N. (2015). Culture and gender role differences. *Cross-Culture Management Journal*, 7(1), 31–35.

Anwar, R. (2018). Hambatan Komunikasi Aantarbudaya di Kalangan Pelajar Asli Papua Dengan Siswa Pendatang di Kota Jayapura. *Jurnal Common*, 2(2), 139–149.

Berry, P. (1999). *Psikologi Lintas Budaya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.

Cangara, H. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (RajaGarafindo Persada,Ed.) (Edisi kedu). Jakarta: Jakarta: PT. Raja Garafindo Persada, 2016.

Duffett, M. (2013). *Understanding fandom: An introduction to the study of media*

fan culture. London: Bloomsbury Academic.

Gorden, W. (1978). *Communication:Personal and Public*. Sherman Oaks: CA Alfred.

Gudykunst, William B. Kim, Y. Y. (2003). *Commucating with Starbgers : An Approach to Intercultural Communication*. New York: McGraw-Hill.

Juariyah. (2012). Miskomunikasi Antarbudaya Mahasiswa Pendatang di Kota Jember. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(3), 251–261.

Klinenberg, E. (2013). Cullture, Media and Communication. *Journal of Culture, Media and Communication*, 118–139.

Kusrini. (2006). *Sistem Pakar, Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Yogayakarta: Andi.

Liliweri, A. (2003). *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Liliweri, A. (2009). *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Lkis.

Liliweri, A. (2013). *Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Morrisan, M.A. dan Corry, A. W. (2009). *Teori komunikasi*. Bogor: Bogor: Ghalia Indonesia.

Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Rosdakarya.

Paris, Padriani, P., & Iqbal, S. (2018). Komunikasi Antarbudaya Etnik Bugis dan Etnik Mandar dalam Interaksi Perdagangan di Pasar Senggol Kota Parepare. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 7(2), 184–194.

Patton, M. Q. (1990). Qualitative Evaluation and Research Methods. *Sage Psikologi Sosial*, 1, 32–47.

Sahrianyah. (2015). *Sejarah Kesultanandan Budaya Banjar*. Banjarmasin: Banjarmasin: Antasari Press.

Samovar, Larry A., R. E. P. dan E. R. M. (2010). *Komunikasi Lintas Budaya* (7 ed.). Jakarta: Jakarta: Salemba Humanika.

Sei Teras, K. Des. (2020). Profil Desa Sei Teras Kecamatan Kapuas Kuala Kabupaten Kapuas. Sei Teras.

Sharipudin, M. S., K, F., & Gazley. (2020). Media self-congruty among the generational cohorts of Boomers and Gen Y in Malasysia. *SEARCH Journal of Media and Communication Research*, 3(12), 87–102.

Shoelhi, M. (2015). *Komunikasi Lintas Budaya*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Sihabudin, A. (2013). *Komunikasi Antarbudaya: Satu Perspektif Multidimensi*. Jakarta: Jakarta: PT Bumi Aksara.

Silalahi, U. (2012). *Metodologi penelitian sosial*. Bandung: Bandung: PT Refika Aditama.

Spano, C. (2016). Audience engagement with multi-level fictional universes: The case of Game of Thrones and its Italian fans. *Journal of Audience & Reception Studies*, 1(13), 625–655.

Streubert & Carpenter, S. (2011). *Qualitative Research in Nursing: Advancing Humanistic Imperativ*. Philadelphia: Lippincott Williams and Wilkins.

Sukendar, M. U. (2017). *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta: Deeppublish.

Suprapto, T. (2011). *Pengantar ilmu*

komunikasi. Yogyakarta: Yogyakarta: CAPS.

Suranto. (2010). *Komunikasi sosial budaya*. Yogyakarta: Yogyakarta: Graha Ilmu.

Suyani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tarakanita, I. dan Cahyono, M. Y. . (2013). Komitmen Identitas Etnik dalam Kaitannya Dengan Eksistensi Budaya Lokal. *Jurnal Zenit*, 2, 1–14.

West, R., & Turner, L. H. (2014). Introducing Communication Theory. McGraw-Hill Education.

Wojnar, D. M, & Swanson, J. . (2007). Phenomenology: An Explorating. *Journal of holistic nursing.*

Vol. 6, No.2, Desember 2021

Available at:
https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/ettisal
http://dx.doi.org/10.21111/ejoc.v6i1.6818

ETTISAL
JOURNAL OF COMMUNICATION
P-ISSN 2503-1880
E-ISSN 2599-3240

Kontroversi Perilaku Penyimpangan Seksual Sebagai Nilai Jual Film *Kucumbu Tubuh Indahku*

Tika Ramadani[1], Zainal Abidin Achmad[2], Yuli Candrasari[3], Sumardjijati Sumardjijati[4], Pardianto Pardianto[5]

[1-4]Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
[5]Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
[1-4]Raya Rungkut Madya Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur, 60294, Indonesia
[5]Ahmad Yani 117, Surabaya, Jawa Timur, 60237, Indonesia

[1]17043010142@student.upnjatim.ac.id, [2*]z.abidinachmad@upnjatim.ac.id,
[3]yuli_candrasari.ilkom@upnjatim.ac.id, [4]sumardjijati.ilkom@upnjatim.ac.id,
[5]pardianto@uinsby.ac.id

Abstrak

Kucumbu Tubuh Indahku (KTI) adalah film yang menimbulkan kontroversi bagi penonton film Indonesia karena mengandung adegan perilaku penyimpangan seksual (homoseksual). Studi ini menelusuri pro dan kontra yang terjadi di *Facebook* dan *Instagram* pada komentar netizen akibat munculnya petisi *online* boikot film LGBT. Metode penelitian dalam studi ini adalah kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual. Peneliti terlibat secara partisipatif dalam dinamika perdebatan virtual dengan menggunakan akun media sosial pribadi. Pengumpulan data menggunakan penelusuran virtual dan wawancara *online* kepada delapan orang informan yang telah menonton film tersebut. Studi ini menemukan dua jenis petisi yang memboikot dan mendukung film KTI, dengan jumlah pendukung petisi boikot yang jauh lebih banyak dari penolak petisi boikot. Kubu pro boikot menilai bahwa tema perilaku seksual menyimpang sengaja dibuat untuk kepentingan festival, tidak memiliki nilai edukasi, sehingga tidak layak ditonton secara bebas. Kubu kontra boikot menilai bahwa film KTI harus dihargai sebagai karya seni tanpa perlu melihat konten LGBT. Kontroversi film KTI dengan konten perilaku seksual menyimpang menjadi nilai jual dengan mengabaikan dampak buruk bagi moralitas penonton.

Kata-Kata Kunci: *etnografi virtual; perilaku penyimpangan seksual; petisi online*

Diterima : 28-10-2021 Disetujui : 11-12-2021 Dipubikasikan : 30-12-2021

Virtual Ethnography Of Sexual Controversy Deviant Behavior as Selling point of Kucumbu Tubuh Indahku Film

Abstract

Kucumbu Tubuh Indahku (KTI) is a controversial film because it contains scenes of deviant sexual behavior (homosexual). This study explores the pros and cons of Facebook and Instagram on netizen comments due to the emergence of online petitions boycotting LGBT films. The research method in this study is qualitative with a virtual ethnographic approach. Researchers are participative involved in the dynamics of virtual debates using personal social media accounts. Data collection uses virtual searches and online interviews with eight informants who have watched the film. This study found two types of petitions that boycotted and supported the KTI film, with a much higher number of supporters of the boycott petition than those who rejected the boycott petition. The pro-boycott group considered that the using theme of deviant sexual behavior in KTI was for the festival's sake, had no educational value, so it was not worthy of being watched freely. The counter-boycott group considered that audience should appreciate KTI film as a work of art without seeing LGBT content. Thus, the controversy over the KTI film with the content of deviant sexual behavior becomes a selling point by ignoring the negative impact on the audience's morality.

Keywords: *virtual ethnography; deviant sexual behavior; the online petition*

PENDAHULUAN

Film *Kucumbu Tubuh Indahku* (KTI) menjadi kontroversi bagi penonton film di Indonesia sejak tayangan pertamanya karena secara terbuka mengkampanyekan Lesbian, Gay, Biseksual, dan Transgender (LGBT) dalam berbagai adegan di dalam film tersebut. Kontroversi muncul pada beberapa kelompok masyarakat yang merasa bahwa film ini dapat mempengaruhi dan memberikan cara pandang buruk pada kaum muda (Amindoni, 2019). Sementara menurut Garin Nugroho, sebagai sutradara menyatakan bahwa film tersebut hanya bertujuan menggambarkan LGBT sebagai kelompok minoritas di Indonesia yang berhak mendapatkan perlakuan yang sama seperti anggota masyarakat lainnya. Kelompok LGBT mendapatkan perlakukan diskriminatif (Priherdityo, 2019).

Pernyataan Garin Nugroho tersebut mendapatkan kritik dari masyarakat luas. Salah satu kesalahan utama Garin Nugroho adalah menggunakan LGBT sebagai perwakilan kelompok minoritas yang tertindas sehingga masyarakat berfikir bahwa film ini berusaha mempromosikan LGBT (Amindoni, 2019). Padahal kelompok minoritas yang masih mengalami penindasan, kekerasan dan terpinggirkan cukup banyak, antara lain kelompok masyarakat miskin, etnis-etnis terkucilkan, kelompok difabel, pemeluk agama tertentu, kaum perempuan, dan anak-anak jalanan.

Salah satu kelompok masyarakat yang sering mendapatkan praktik kekerasan dan ketidakadilan sejak dulu adalah perempuan (Kurniawan & Noviza, 2018). Fakta tentang penindasan perempuan sangat mudah ditemui dan selayaknya dapat menjadi inspirasi untuk dijadikan

cerita dalam film. Misalnya data penelitian tentang kekerasan terhadap perempuan di Jawa Tengah pada sepanjang tahun 2014 terdapat 358 kasus dengan jumlah korban 897 kemudian meningkat tahun 2015 terjadi 477 kasus dengan jumlah korban 1.227 orang (Kurniawan & Noviza, 2018). Bukti kaum perempuan menjadi subjek yang sering mengalami tindak kekerasan sangat mudah ditemui, namun sutradara Garin Nugroho lebih memilih kelompok LGBT sebagai subjek utama filmnya.

Pesan tentang nilai-nilai keadilan melalui film selayaknya mempertimbangkan konteks sosial budaya masyarakat (Achmad, 2020a). Pemilihan genre film non fiksi yang mengangkat isu-isu sosial, seharusnya berdasarkan fakta yang secara hati-hati ditelusuri dan dikonfirmasi kepada berbagai pihak agar terhindar dari tuduhan mengarang fakta (Achmad, Kinan, & Artaria, 2017). Karena cerita-cerita film bergenre non fiksi yang bermaksud menyampaikan pesan sosial namun tidak berdasarkan fenomena sosial yang terjadi dalam masyarakat, seringkali menimbulkan kontroversi. Salah satu alasannya adalah bertujuan menjaring banyaknya jumlah penonton (Dyanutami, 2015; Giu, Susilastuti, & Basuki, 2009).

Nilai-nilai manusiawi dan ketidakadilan dalam film KTI dengan pilihan isu LGBT, dinilai tidak patut digunakan oleh para pembuat film di Indonesia karena dapat mempengaruhi generasi muda serta bertentangan dengan norma agama (Lantara & Yusuf, 2019). Seperti halnya penggunaan tokoh utama seorang laki-laki bernama Juno dengan penyimpangan seksual dengan kategori homoseksual.

Secara singkat, film tersebut bercerita tentang perubahan ketertarikan seksual yang dialami tokoh utama (Juno) dari masa kecil hingga dewasa. Ketika masih anak-anak, Juno masih memiliki ketertarikan seksual normal (heteroseksual) namun kehidupan dramatisnya mendorong Juno untuk takut berinteraksi secara seksual dengan lawan jenis. Pada bagian akhir film, Juno justru memilih untuk memiliki hubungan seksual dengan seorang laki-laki yang juga memiliki ketertarikan seksual sesama jenis. Pilihan ketertarikan seksual kepada sesama jenis oleh Juno dilakukan secara sadar dan mendapatkan pembenaran dalam film tersebut.

Selain mendapatkan kritik dan penentangan yang keras, film KTI mendapatkan dukungan dari sebagian kecil kelompok masyarakat. Kelompok pendukung menilai bahwa film KTI patut diapresiasi karena telah mengangkat nama Indonesia ke kancah perfilman Internasional. Film *Kucumbu Tubuh Indahku* telah memenangkan penghargaan perfilman di Perancis dan Italia (Sembiring & Setuningsih, 2019). Betapapun prestasi yang diraih film tersebut, tidak menghentikan banyak kelompok masyarakat untuk tetap mengkritik dan mengecam karena film KTI tidak patut untuk ditayangkan (Suyanto, 2019). LGBT dianggap menyalahi aturan karena budaya dan pendidikan di Indonesia tidak pernah membenarkan ketertarikan seksual yang menyimpang (Bhineka, Budiartha, & Ujianti, 2021).

Sejak lama kemunculan kelompok LGBT ditolak keberadaannya oleh masyarakat Indonesia. Media massa selalu menggambarkan sosok LGBT dalam tokoh lucu atau bahkan bentuk lelucon saja,

dengan maksud membuat masyarakat menjauhi dan tidak menerima mereka secara normal dalam masyarakat umum (Kaya, 2016). Serta masih jarang perfilman Indonesia yang berani membawa sosok tokoh maupun cerita mengenai LGBT. Padahal film memiliki pengaruhnya sangat kuat, dan dapat memperkaya pengalaman hidup seseorang. Sehingga tidak jarang film berfungsi sebagai alat propaganda, penerangan, sekaligus pendidikan. Film merupakan wujud media yang difungsikan dalam proses penyadaran masyarakat terhadap berbagai permasalahan sosial, dan film efektif untuk menyampaikan nilai-nilai budaya (Kusuma, 2018).

Film merupakan media penyampaian nilai-nilai budaya (Achmad, 2020a; Achmad dkk., 2017; Kusuma, 2018). Hal ini yang memunculkan kekhawatiran sebagian besar penonton film Indonesia, bahwa film KTI dapat menjadi tontonan yang salah bagi kategori penonton usia remaja. Bukan nilai-nilai toleransi dan anti-diskriminasi yang menjadi perhatian penonton usia remaja yang masih labil, melainkan perilaku penyimpangan seksual yang akan tersimpan dalam ingatan mereka di masa depan. Pada masanya nanti, para remaja malah terbiasa membenarkan penyimpangan dan orientasi seksual sesama jenis. Patut diwaspadai, bahwa kekuatan film terletak pada kemampuannya untuk membentuk realitas (Binekasri, 2014).

Beberapa fakta di atas yang menjadi alasan munculnya boikot terhadap film KTI melalui petisi *online* yang ditandatangani oleh ratusan ribu orang yang menuntut pemberhentian tayangan film tersebut di bioskop-bioskop Indonesia. Boikot tersebut merupakan adalah usaha terorganisir yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat untuk mempengaruhi orang lain melalui internet agar meninggalkan sebuah hubungan bisnis ataupun sosial (Kurniasari, 2017). Boikot yang dilayangkan oleh kelompok-kelompok masyarakat yang kontra yaitu melalui salah satu website *Change.org*. Platform Change.org dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai petisi *online* sebagai ruang partisipasi masyarakat dalam menciptakan perubahan (Simamora, 2018). Petisi kemudian dapat ditandatangani oleh masyarakat dan dibagikan melalui media sosial untuk mendapatkan suara dari masyarakat lain yang memiliki paham yang sama. Selain melalui petisi, boikot dilakukan di beberapa kota dengan melakukan unjukrasa memprotes penayangan film *Kucumbu Tubuh Indahku* (Riantrisnanto, 2019).

Kontroversi tentang isu LGBT pada konten film KTI di internet menarik untuk diteliti, karena terjadi dua kubu (pro dan kontra) yang saling berhadapan melalui media sosial. Berdasarkan pengamatan peneliti, pro dan kontra secara virtual tersebut berlangsung di *Facebook* dan *Instagram*. Kedua kubu secara terbuka di dunia virtual menunjukkan keberpihakan pada pendapatnya masing-masing. Keterbukaan secara virtual ini menjadi kebaruan untuk ditelusuri, karena belum ada studi terdahulu yang meneliti pro dan kontra tentang isu ini dengan menggunakan etnografi virtual.

Studi ini bertujuan untuk menelusuri kelompok sosial virtual dari kubu pro dan kontra sebagai subjek riset. Budaya virtual yang diteliti antara lain (1) bagaimana pemahaman kubu pro dan kontra terhadap

konten kontroversial yang terdapat dalam film, (2) tanggapan masing-masing kubu tentang LGBT, (3) alasan pembuatan petisi *online* untuk memboikot penayangan film, dan (4) tema-tema yang diperdebatkan antara kedua kubu.

KAJIAN PUSTAKA

Film sebagai media komunikasi massa visual memiliki daya jangkau pada segmen sosial yang sangat luas dan memiliki daya pengaruh kuat pada audience (Setyaningsih, 2016). Tidak semua isi film mencerminkan realitas dalam masyarakat, karena film juga memiliki kemampuan fiksi (Achmad, 2020a). Kemampuan film adalah pada penangkapan perubahan sosial di masyarakat yang divisualkan kembali untuk mendapat respons dari masyarakat (Nurwahid, 2021).

Perbedaan respons dari masyarakat dapat menimbulkan kontroversi. Kemunculan kontroversi juga disebabkan konten-konten filmnya yang bermuatan nilai kontroversial. Bukan hanya di film, konten kontroversi juga terjadi pada berbagai video di media sosial. Banyak video di media sosial yang menjadi subjek riset, salah satunya penelitian dari Rachmaniar (2017). Penelitian tersebut menelusuri komentar kasar pada kolom komentar Youtube oleh netizen yang menghina pasangan calon yang bukan pilihannya. Terjadi saling menghina antar netizen pendukung pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI. Peneliti menyimpulkan bahwa netizen yang saling berdebat dengan komentar saling hina belum memiliki kedewasaan sikap berpolitik, lebih mengedepankan ego, dan tidak mampu menahan diri untuk tidak berkomentar kasa. Beberapa kata kasar yang muncul, antara lain *goblok*, *bodoh*, *bego*, *omdo*, *bullshit,* dan *dongo* (Rachmaniar, 2017).

Studi ini juga merujuk penelitian terdahulu yang mengidentifikasi aktivitas netizen di dalam situs *dark web* dengan melakukan taksonomi dan klasifikasi jenis aktivitas *dark web*. Serta melakukan penelusuran pada kelompok penolak dan pendukung keberadaan *dark web* (Kautsarina, 2018). Hasil taksonomi dan klasifikasi aktivitas pada *dark web* antara lain pencarian konten pedagang senjata dan obat-obatan terlarang ada 423 temuan, konten yang mendukung *fanaticism* atau *extremism* terdapat 140 temuan, konten penipuan finansial ada 327 temuan, konten peretasan ada 96 temuan, konten pornografi ada 122 temuan, dan bukan konten terlarang ada 1.021 temuan (Kautsarina, 2018).

Penelitian terdahulu lainnya yang menjadi referensi studi ini adalah dari Marciano (2014). Temuan dan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa komunitas transgender di Israel memilih dunia virtual untuk menampilkan identitas dirinya secara bebas dan terbuka. Karena menjadi ruang alternatif untuk membagi pengalaman bermakna yang tidak mereka miliki di dunia nyata. Ruang alternatif itu diberi nama dunia VirtuReal, sebuah tempat antara dunia virtual dan dunia nyata di mana pengguna melepaskan identitas sebelumnya untuk memilih identitas yang dipilih yang mencerminkan klaim kepribadian mereka (Marciano, 2014). Sementara studi ini mencermati bahwa film dapat menjadi sarana pelepasan

keterbukaan identitas LBGT di Indonesia, tujuannya agar terjadi perdebatan terbuka di dunia virtual. Dengan demikian, setidaknya masyarakat menjadikan LGBT sebagai isu yang dapat diperbincangkan secara terbuka.

Bagi sebagian besar masyarakat Indonesia, perilaku LGBT tak dapat dilepaskan dari dunia kejiwaan. LGBT adalah penyakit yang sudah lama di dalam diri seseorang sehingga membentuk orientasi seksual. Bahkan LGBT ini juga termasuk ke dalam penyakit yang menular. Penularannya tentu dapat dilihat dari kebiasaan perilaku seseorang. Perilaku LGBT adalah sebuah perilaku yang menyimpang dari kelumrahan atau naluri kemanusiaan (Saleh & Arif, 2017). Kelompok LGBT seringkali didefinisikan sebagai penyimpangan sosial atau penyakit sosial (pekat). Definisi ini sudah diperkenalkan oleh MPRS Majelis Permusyawaratan Rakyat Sementara Republik Indonesia sejak 50 tahun yang lalu. Dalam ketetapan MPRS II/TAP/MPRS/1960 yang mendefinisikan kelompok pekat selain kelompok LGBT termasuk juga pengemis, pelacur, perjudian, pemadatan, dan pemabukan (Andajani, Lubis, & Graham-Davies, 2015). Sebagian besar masyarakat Indonesia masih enggan untuk menerima kelompok LGBT dan memperlakukan mereka tidak setara dengan yang lain. Hal ini berkenaan dengan kondisi mayoritas masyarakat yang cenderung memiliki perisai moral dan keyakinan beragama sebagai dasar bertindak. Nilai adat ketimuran yang dianut oleh mayoritas penduduk Indonesia juga menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi perlakuan terhadap LGBT, karena dipandang tidak layak (Nugroho dkk., 2012).

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual dengan mengumpulkan berbagai data *online* berupa seluruh postingan, komentar serta isi petisi-petisi yang muncul sebagai boikot penghentian penayangan film tersebut. Paradigma konstruktivis menjadi pendukung etnografi virtual, karena para peneliti hadir secara partisipan di lapangan (Lincoln & Guba, 2013), untuk memahami perdebatan pro dan kontra di platform media sosial tentang penayangan film KTI di bioskop. Teknik pengumpulan data melalui wawancara secara *online* melalui *Direct Message* (DM) *Instagram* dan *inbox Facebook* dengan informan yang menunjukkan isi komentar pro maupun kontra terkait konten menyimpang dalam film *Kucumbu Tubuh Indahku*.

Metode etnografi virtual berguna dalam melakukan riset terhadap masyarakat pengguna internet (Hine, 2000). Etnografi virtual mampu menjelaskan interaksi sosial masyarakat di dunia virtual dan mendeskripsikan bagaimana manusia memberikan makna pada dunia sosial dengan kemajuan teknologi komunikasi (Achmad & Ida, 2018). Peneliti melakukan keterlibatan secara partisipatif sebagai anggota komunitas virtual pro dan kontra dalam kurun waktu tertentu, dengan mempertimbangkan kebutuhan data dan analisis.

Interaksi media virtual dengan manusia melahirkan deskripsi budaya yang baru. Ketika manusia memasuki ruang virtual, bermain dalam budaya virtual, menghabiskan sebagian kehidupannya, maka akan berdampak pada struktur sosial

budayanya. Budaya baru manusia di dunia virtual ini diberi berbagai istilah, antara lain: netnografi, webnografi, etnografi digital, antropologi siber, dan etnografi virtual (Achmad, 2020b).

Pada penelitian etnografi virtual, peneliti menceburkan dirinya secara partisipatif dalam kehidupan kelompok sosial atau budaya di internet yang ditelitinya untuk mengumpulkan data dari dalam serta memahami kebudayaan dari perspektif anggota-anggotanya (Achmad, Ida, Mustain, & Lukens-Bull, 2021; Alamiyah, Arviani, & Achmad, 2021; Angelone, 2018).

Studi ini menelusuri data primer yang diperoleh langsung secara virtual oleh para peneliti partisipan, dengan mengamati komentar, postingan, petisi dan berita mengenai film KTI, dan melakukan wawancara dengan masyarakat yang terlibat dalam kontroversi, serta melibatkan diri dengan mengamati melalui sosial media khususnya *Facebook* dan *Instagram*. Selain itu, juga mengumpulkan data sekunder berupa berita, gambar, video, dan dokumentasi lainnya (Kusuma, Purbantina, Nahdiyah, & Khasanah, 2020; Wahyuningtyas, Kusuma, Febrianita, & Achmad, 2021) dengan mengamati kontroversi penonton film KTI di media sosial *Facebook* dan *Instagram*.

Jumlah informan dalam studi ini berjumlah delapan orang dengan kriteria: berusia 17 tahun keatas, pengguna aktif *Facebook* dan *Instagram*, dan terlibat dalam pro dan kontra mengenai perilaku seks menyimpang dalam film KTI. Kedelapan orang tersebut terbagi secara berimbang: dua orang dari *Facebook* (AS dan TW) dan dua orang dari *Instagram* (akun @y.ekxxx dan @hugxxxxxx) sebagai kubu kontra konten film KTI dan pendukung petisi boikot. Dua orang dari *Facebook* (SEG dan VN) dan dua orang yang *Instagram* (akun @ ecaxxxxx dan @dyzxxxx) sebagai kubu pro konten film KTI dan penolak petisi boikot. Peneliti menggunakan akun *Instagram* @_tikaramadani serta melalui aplikasi *Messenger Facebook* peneliti bernama Tika Ramadani.

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian adalah kata dan kalimat yang peneliti peroleh dari komentar di *Facebook* dan *Instagram*. Termasuk kata dan kalimat dari hasil wawancara para informan di *Facebook* dan *Instagram*. Serta hasil dokumentasi *online* berupa berbagai unggahan mengenai pemboikotan dan petisi *online* film KTI.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Film KTI menceritakan perjalanan hidup seorang anak laki-laki bernama "Juno" yang sejak masa anak-anak, secara terus-menerus mengalami trauma pada lawan jenis. Karakter Juno kecil yang masih dalam kategori laki-laki heteronormatif, kemudian berubah menjadi trauma pada sosok perempuan bahkan ia selalu merasa ditinggalkan oleh sosok-sosok perempuan penting dalam hidupnya seperti ibunya, bibinya, bahkan guru tari semasa dia sekolah. Bagi para penentang keberadaan film ini, menyatakan jijik untuk menontonnya.

Film ini pertama kali tayang di bioskop pada tanggal 18 April 2019 namun setelah 6 hari penayangannya, muncul dua petisi yang dilayangkan pada Change.org yang menentang adanya penayangan film ini

secara bebas. Kemudian berlanjut dengan munculnya lagi beberapa petisi yang ikut menentang penayangan film tersebut. Situs Change.org sendiri merupakan situs yang memang dibuat dengan tujuan sebagai platform petisi *online* dengan maksud mendukung aspirasi masyarakat luas yang ingin melakukan perubahan pada lingkungan sosial. Petisi kemudian dibuat secara *online* dan disebar luaskan melalui media sosial. Petisi pertama yang muncul di situs Change.org berlabel "Tolak penayangan film LGBT dengan judul "*Kucumbu Tubuh Indahku*" Sutradara Garin Nugroho.

Gambar 1: Petisi Tolak Penayangan Film KTI

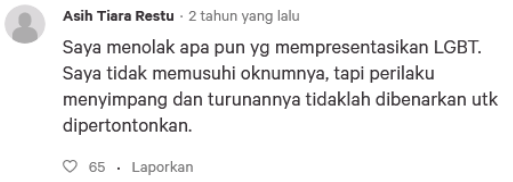
Tolak penayangan film LGBT dengan judul
"Kucumbu Tubuh Indahku" Sutradara Garin Nugroho
A film by GARIN NUGROHO
KUCUMBU TUBUH INDAHKU
MEMORIES OF MY BODY
Tolak penayangan dan penyebarluasan film LGBT dengan judul "Kucumbu Tubuh Indahku" Sutradara Garin Nugroho.
101.966 telah menandatangani. Mari kita ke 150.000.
Nama awal
Nama akhir
Email
Indonesia
Kota

Sumber:https://www.change.org/p/orang-tolak-penayangan-film-lgbt-dengan-judul-kucumbu-tubuh-indahku-sutradara-garin-nugroho

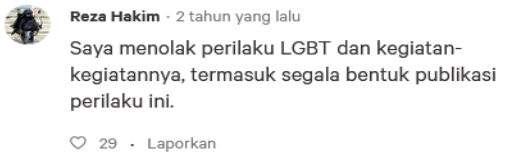
Setelah petisi ini tersebar luas di media sosial, tuntutan boikot penayangan film ini bermunculan di beberapa daerah, antara lain: Kota Padang (Sumatra Barat), Kota Palembang (Sumatra Selatan), Kota Pekan Baru (Riau), Kota Depok dan Kabupaten Garut (Jawa Barat), Kota Pontianak dan Kabupaten Kubu Raya (Kalimantan Barat). Petisi pertama ini telah ditandatangani oleh hampir 102.000 orang yang mendukung boikot dan diunggah oleh akun Rakhmi Mashita pada tahun 2019. Deskripsi petisinya adalah *"Sebuah film selain dibuat untuk menceritakan true story, seharusnya sebuah film bisa membawa efek positif bagi penontonnya, seperti menjadi inspirasi positif, kreatif, dan menambah wawasan yang bernilai positif juga namun jika film seperti ini diizinkan tayang dan disebarluaskan, kita seharusnya khawatir, bahwa generasi muda yang mengalami kesulitan menemukan jati diri akan mencontoh perilaku dalam film ini"*.

Berikut adalah pengelompokan respon netizen yang menyetujui petisi boikot tersebut.

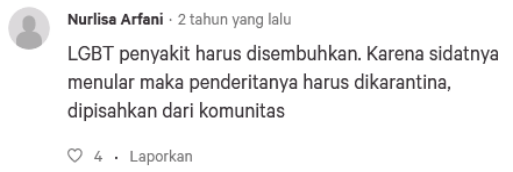
1.Asih Tiara Restu beserta 74 akun yang sependapat


Asih Tiara Restu · 2 tahun yang lalu
Saya menolak apa pun yg mempresentasikan LGBT. Saya tidak memusuhi oknumnya, tapi perilaku menyimpang dan turunannya tidaklah dibenarkan utk dipertontonkan.
65 · Laporkan

2. Reza Hakim beserta 40 akun yang sependapat


Reza Hakim · 2 tahun yang lalu
Saya menolak perilaku LGBT dan kegiatan-kegiatannya, termasuk segala bentuk publikasi perilaku ini.
29 · Laporkan

3. Nurlisa Arfani beserta 11 akun yang sependapat


Nurlisa Arfani · 2 tahun yang lalu
LGBT penyakit harus disembuhkan. Karena sidatnya menular maka penderitanya harus dikarantina, dipisahkan dari komunitas
4 · Laporkan

4. Nisya Nurudina beserta 9 akun berpendapat sama

nisya nurudina · 2 tahun yang lalu
Saya menandatangani petisi ini karna film ini tdk layak di tayangkan. Dan merusak moral bangsa. Dan norma dalam agama islam. Jangan jd kebodohan duniawi merusak otak
2 · Laporkan

Petisi lain yang mendukung boikot berjudul "Menuntut KPI dan Presiden mencekal film *Kucumbu Tubuh Indahku*" mendukung boikot, telah ditanda tangani oleh 491 orang. Petisi ini diunggah oleh akun Indonesia Beradab yang ditujukan kepada Joko Widodo (Presiden Republik Indonesia), Anies Baswedan, Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), Radio Republik Indonesia, TVRI, Menteri Pendidikan, Nahdatul Ulama, Prof. Dr. Muhadjir Effendy, Menteri Kebudayaan dan Pendidikan Dasar dan Menengah Republik Indonesia, Amien Rais, Prabowo, Partai Keadilan Sejahtera, Partai Amanat Nasional, dan Ketua dan Para Wakil Ketua DPR RI.

Gambar 2: Petisi Menuntut KPI dan Presiden Mencekal Film KTI

Sumber:https://www.change.org/p/joko-widodo-menuntut-kpi-dan-presiden-mencekal-film-kucumbu-tubuh-indahku

Deskripsi pada petisi ini menjelaskan: *"Dampak paparan tulisan, gambar, video yang mengandung pornografi secara gamblang akan merusak prefrontal cortex otak dan alam bawah sadar pembaca atau penonton… Jika neuron dalam prefrontal cortex otak kita rusak, tentu akan merusak daya tangkap dan fokus kita. Belum lagi alam bawah sadar itu mempengaruhi perilaku. Jelas sudah kerusakan dari paparan pornografi ini"*. Pembuat petisi menekankan masyarakat terlindungi otaknya agar tidak termasuki pesan negatif dan memiliki imajinasi liar. Negara Indonesia memerlukan rakyat yang sehat untuk maju. Berdasarkan penelusuran komentar komunitas virtual pendukung petisi ini, dapat dikelompokkan alasan terhadap boikot, antara lain: LGBT adalah perilaku menyimpang, pemerintah selayaknya mendukung film-film bermutu yang tidak merusak pikiran anak-anak, keselamatan anak-anak di masa depan, melindungi anak dari tontonan tidak layak,

1 Volta Irwan Muin dan 41 akun sependapat
Volta Irwan Muin · 2 tahun yang lalu
LGBT perilaku menyimpang, penyakit, haram, gila
0 · Laporkan
2 Rara Faudiah dan 15 akun sependapat
Rara Faudiah · 2 tahun yang lalu
Sebagai ibu, saya berharap sekali pemerintah bisa membantu kami menyajikan film yang bermutu bukan film yang bisa merusak pikiran dan mental anak2
0 · Laporkan
3 Aisyah Usmain dan 13 akun sependapat
Aisyah Usmain
2 tahun yang lalu
Karena saya seorang ibu yang ingin menjaga anak saya dari pemahaman yang menganggap LGBT adalah kewajaran dan melindungi anak saya dari tontonan yang tidak layak ditayangkan.
0
Laporkan

4 Rina Oktiani Sukabumi dan 9 akun senada
Rina oktiani sukabumi
2 tahun yang lalu
saya tidak mau masa depan anak2 Indonesia rusak dan hancur mari selamat kan bangsa kita dengan menolak penayanga film ini dan apapun yg melegal LBGT.
0
Laporkan

Petisi boikot dan penolakan terhadap film ini kemudian bermunculan, antara lain: Petisi dengan judul "Tolak Pemutaran Film Pro-LGBT di seluruh Bioskop di Banyuwangi" yang dibuat oleh akun Muhammad Naufal Taftazani dengan deskripsi: *"Pada tanggal 18 April 2019, telah dirilis sebuah film berjudul KTI berisikan adegan-adegan penyimpangan seksual dan membawa pesan-pesan Pro-LGBT. Penulis petisi sebagai perwakilan warga Banyuwangi dari elemen umat Islam menyatakan sikap: menolak pemutaran Film KTI dan film-film bernuansa pro LGBT lainnya di bioskop-bioskop di Banyuwangi. Serta menghimbau agar kepala atau direktur atau manajer bioskop-bioskop yang beroperasional di Kabupaten Banyuwangi dan seluruh pihak terkait agar memperhatikan penolakan ini".*

Petisi lain berjudul "Boikot LGBT" yang dibuat oleh akun Tifa Uyun bertujuan disampaikan kepada Komisi Penyiaran Indonesia. Deskripsinya menyebutkan bahwa sebagai seorang pecinta seni, film ini dinilai berbahaya jika ditonton oleh anak-anak yang belum matang secara pemikiran. Pembuat petisi adalah seorang ibu yang tidak rela apabila anak muda terbawa ke dalam pemikiran liberal yang melegalkan hubungan sesama jenis, dan mengganggap itu sebagai kebebasan atas nama HAM.

Termasuk petisi berjudul "Boikot atau Tolak Penayangan Film KTI di Kota Balikpapan," yang dibuat oleh akun Annisa Tang kepada Pemerintahan Kota Balikpapan Gubernur Kalimantan Timur, Walikota Balikpapan, Provinsi Kalimantan Timur, Balikpapan City, XXI Cinema, Cinemaxx Living Plaza Balikpapan, XXI Studio Ewalk, XXI Balcony (Mall BOS), Blitzz, dan CVG Plaza Balikpapan. Deskripsi petisi ini berisi: *"…Membaca sinopsisnya, film ini menyampaikan pesan bahwa LGBT (lebih tepatnya Gay), tidak sesuai dengan negara kita yang berbudaya kental dan kuat dalam menganut agama"*. LGBT sebaiknya memutuskan untuk bertaubat dan hidup secara normal sesuai kodrat. Tercatat, ada beberapa lembaga yang menjadi tujuan penyampaian berbagai petisi yang bermunculan, yaitu Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI), Lembaga Sensor Film (LSF).

Respons umum dari para penolak boikot adalah perlunya mewaspadai terhadap berubahnya penyikapan masyarakat luas, akibat kemampuan sutradara untuk membalik pola pikir melalui penokohan karakter utama sebagai seorang "lakon" atau protagonis yang mengidap LGBT. Sebagai protagonis, tentu menjadikan aktor utama sebagai orang baik. Sehingga film ini secara kuat berisi pesan tentang mempromosikan LGBT sebagai hal yang baik dan positif, sesuai karakter tokohnya.

Dari pihak pendukung keberadaan film KTI, terdapat petisi dengan jumlah yang tidak banyak. Salah satu petisi terbesar adalah berjudul "Ayo berkaca pada realita budaya di Indonesia melalui film *Kucumbu Tubuh Indahku*," yang dibuat oleh akun Razan Wirjosandjojo. Petisi ini ditujukan kepada warga negara Indonesia, dan telah ditanda tangani oleh 3936 orang.

Deskripsi petisi ini menjelaskan bahwa untuk menonton film KTI dibutuhkan kedewasaan dengan batas umur 17 tahun ke atas. Bahwa tari Lengger adalah budaya asli Indonesia dari Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Film KTI juga memenangi beberapa penghargaan, sehingga perlu dihargai dan didukung". Berikut adalah pengelompokan alasan netizen yang menyetujui petisi pendukung keberadaan film KTI,:

1 Beyon Destiano dengan 13 like
Beyon Destiano · 2 tahun yang lalu
Saya Menandatangani ini krna prihatin dengan Orang2 yg ingin memboikot Film ini. Padahal Film ini Indonesia banget. Kapan Bangsa Ini mau maju kalau isinya orang2 yg hanya menghakimi karya orang
13 · Laporkan
2 Dionisius Sundoro dengan 6 like
Dionisius Sundoro · 2 tahun yang lalu
Katanya anti asing, nggak boleh kebarat2an. Dan yang ada di film ini jelas2 mengangkat khasanah budaya lokal
0 · Laporkan
3 Afi Askandini dengan 3 like
Afi Askandini · 2 tahun yang lalu
Film ini ttg budaya dan realitas yg ada. Bukan ttg promote LGBT. Sangatlah menyedihkan kl smua karya seni dilarang hanya krn dianggap 'merusak' manusia yg memang sdh rusak krn pikiran negatifnya sendiri.
3 · Laporkan
4 Gusti Omar dengan 8 like
gusti omar · 2 tahun yang lalu
Indonesia itu begitu kaya budaya,dan mas Garin menampilkan salah satu kebhinekaan dengan nyata dan tidak di buat buat,bukan cuman tarian Lengger di film itu, tapi ada reog dan gendhak,apalagi ini film berdasarkan kisah nyata..haruanya kita menghormati perbedaan budaya yang ada, karena membuat bangsa ini menjadi kaya...
8 · Laporkan

Kemunculan petisi boikot ini tersebar melalui berbagai media sosial, yaitu *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Line*, dan *WhatsApp*. Akibatnya, kemunculan petisi ini menjadi berita di berbagai media pemberitaan *online* dan koran. Berkembangnya diskusi publik di dunia virtual, menunjukkan terjadinya komunikasi dan interaksi banyak orang melalui komputer dan jaringan internet. Perilaku manusia di dunia virtual dalam konteks komunikasi impersonal, dapat dicermati dengan teori *Computer Mediated Communication* atau CMC (Candrasari, 2019), terutama terkait proses lahirnya komunitas virtual akibat keberadaan kontroversi perilaku seksual menyimpang dalam film KTI.

Terjadinya proses terpilahnya komunitas virtual menjadi pro dan kontra terhadap peredaran film KTI, berlangsung alami dan tanpa ada instruksi. Termasuk pilihan penggunaan media sosial untuk melakukan penyebaran petisi *online* dan diskusi terbuka melalui *Instagram* maupun *Facebook*. Masing-masing pendukung kubu, terkohesi sesuai kategorisasi pilihan rasional mereka. Keterbukaan dalam menolak dan mendukung melalui komentar dan *reply* adalah tindakan tanpa sadar setiap individu untuk menunjukkan identitas dirinya (Putu et al., 2017; Safitri, 2017).

Netizen yang terlibat dalam pro dan kontra, menunjukkan tiga level keterlibatan, yaitu kognitif, afektif, dan evaluatif. Pada saat mereka menuliskan komentar dan opini, aktivitas tersebut tentu saja melibatkan aspek kognitif atau pikiran. Ketika tiap individu melalui akun masing-masing menunjukkan bentuk keprihatinan, aktivitas ini melibatkan aspek afektif atau perasaan. Apabila setiap individu menunjukkan keberpihakan dengan memberikan penilaian menurut perspektifnya dengan mengisi petisi *online*, aktivitas tersebut melibatkan aspek evaluatif atau posisi sikap pada isu penyimpangan perilaku seksual pada konten film.

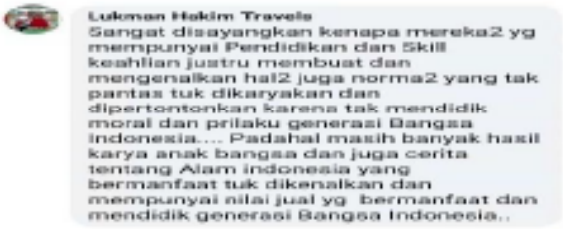
Relevan dengan penelitian Marciano (2014), kelompok LGBT membutuhkan ruang alternatif di dunia virtual untuk menunjukkan identitasnya. Identitas sosial menjadi penting karena bentuk dari identifikasi individu dalam sebuah kelompok yang melihat dirinya sendiri sebagai bagian dari suatu komunitas. Dalam penjelasan psikologisnya, individu merasa memiliki keunikan tersendiri dan berbeda serta saling berbagi atau berusaha merepresentasikan siapa dirinya (Dholakia, Bagozzi, & Pearo, 2004). Identitas sosial tersebut diperlukan dalam berinteraksi di komunitas virtual. Salah satu cara penting untuk menjaga hubungan identitas adalah melalui berpartisipasi aktif dalam interaksi sosial *online* (Liu & Chan, 2011).

Hal tersebut sesuai dengan komentar kubu pemboikot yang mengatakan bahwa dasar pembuatan film-film bertema LGBT oleh para sineas memang sengaja dilakukan dengan maksud memunculkan identitas LGBT agar menjadi kontroversi, tujuannya untuk mendapat banyak perhatian dalam masyarakat. Sebagaimana kubu kontra yang memboikot film, kubu pendukung juga berusaha memberikan energi dan emosinya untuk berpartisipasi dalam konflik pendapat secara virtual tersebut. Bahwa tuntutan perlakuan setara layak diperjuangkan. Aktivitas saling dukung dan kritik adalah proses mengkategorisasikan individu yang berpendapat sama, dengan membentuk kelompok. Bentuk soliditas kelompok dapat dilihat dari ungkapan dan komentar yang direncanakan dan terstruktur (Takács, 2013).

Kedua kubu kemudian melangsungkan konflik melalui komunitas virtual di *Facebook* dan *Instagram*, mengenai pantas tidaknya film dengan konten perilaku penyimpangan seksual, dapat ditayangkan di bioskop-bioskop Indonesia. Kebebasan menyampaikan opini dalam komunitas virtual, terkadang berimplikasi menimbulkan salah paham antar anggota yang berujung pada ujaran kebencian atau peperangan teks dalam ruang virtual. Peperangan di media sosial tidak membutuhkan tempat, tidak mengenal waktu, dan bahkan tidak mengenal dengan baik siapa pihak yang saling berperang (Triantoro, 2019). Petisi boikot yang diunggah oleh beberapa akun, kemudian meluas menjadi diskusi netizen di *Facebook*. Beberapa postingan yang ditampilkan berikut ini adalah yang mendapat respons sangat banyak dari pengguna *Facebook*. Postingan di *Facebook* dari akun Indri Kamila Hill, mendapatkan 598 like, 570 komentar, dan 561 kali dibagikan. Seluruh 570 komentar setuju bahwa film KTI tidak patut ditayangkan bebas di bioskop Indonesia.

Postingan berupa poster film KTI, diberi caption: "*…Film karya Garin Nugroho tidak baik dijadikan sebagai bahan tontonan. Jelas sekali menyiarkan LGBT. Ada adegan yg tidak pantas juga yaitu adegan dua laki-laki bercumbu. Orang tua harus melarang anaknya nonton film ini dan saya setuju dibuatnya petisi dan anjuran untuk boikot film tersebut"* (Hill, 2019). Komentar dukungan, dikelompokkan sebagai berikut:

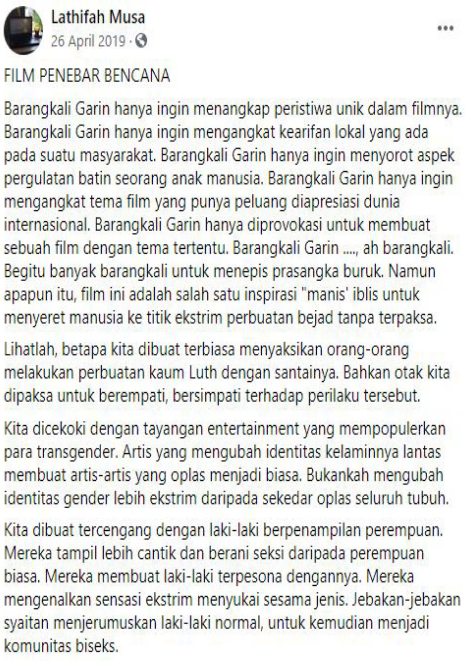
1 Lukman Hakim Travels dengan 25 *likes*, menyoroti kemampuan sutradara dan para sineas yang terlibat dalam pembuatan film ini.


Lukman Hakim Travels
Sangat disayangkan kenapa mereka2 yg mempunyai Pendidikan dan Skill keahlian justru membuat dan mengenalkan hal2 juga norma2 yang tak pantas tuk dikaryakan dan dipertontonkan karena tak mendidik moral dan prilaku generasi Bangsa Indonesia.... Padahal masih banyak hasil karya anak bangsa dan juga cerita tentang Alam indonesia yang bermanfaat tuk dikenalkan dan mempunyai nilai jual yg bermanfaat dan mendidik generasi Bangsa Indonesia..

2 Arbain Bain beserta 47 lides, menyoroti kelemahan pemerintah yang tidak melindungi rakyat dari pengaruh buruk film.
Arbain Bain
Ini hasil reformasi mental,maka bersiaplah kita akan datangnya bencana,karna memang ada yg mengundang.sementara orang baik tidak punya kekuatan untuk mencegah mereka.Yg punya kuasa dan kewenangan tidak peduli dgn hal ini.
3 Indrawati Farichah beserta 8 likes, menyoroti KPI yang tidak bekerja.
Indrawati Farichah
Astagfirullah , KPI mana kok DIAM. , apakah ini cara merusak anak bangsa. Anak bangsa rusak maka rusaklah bangsa tersebut.
Betul itu TS dari pada boikot nasi PADANG bagus boikot film yang judulnya saja g mendidik
4 Dani Al Segaf dan 162 likes, menghimbau umat Islam mewaspadai peredaran film LGBT
Dani Al Segaf
Klo film ini sampai tayang kita sebagai umat islam harus bersatu padu untuk unjuk rasa besar besaran. karena orang islam wakib hukumnya untuk memusnahkan film kayak ginian.... jgn sampai anak cucu kita diracuni pemikiranya sedikit demi sedikit

Salah satu postingan di *Facebook* yang mendapat banyak persetujuan, karena kejeliannya mengungkap motivasi sutradara dan produser film dengan konten perilaku seksual menyimpang adalah dari akun Lathifah Musa. Postingan kritik dengan gaya satire dan argumentatif, ditambahi hastag #BoikotFilmLGBT.

Gambar 3: Postingan Lathifah Musa di *Facebook*


Lathifah Musa
26 April 2019 ·
FILM PENEBAR BENCANA
Barangkali Garin hanya ingin menangkap peristiwa unik dalam filmnya. Barangkali Garin hanya ingin mengangkat kearifan lokal yang ada pada suatu masyarakat. Barangkali Garin hanya ingin menyorot aspek pergulatan batin seorang anak manusia. Barangkali Garin hanya ingin mengangkat tema film yang punya peluang diapresiasi dunia internasional. Barangkali Garin hanya diprovokasi untuk membuat sebuah film dengan tema tertentu. Barangkali Garin ...., ah barangkali. Begitu banyak barangkali untuk menepis prasangka buruk. Namun apapun itu, film ini adalah salah satu inspirasi "manis' iblis untuk menyeret manusia ke titik ekstrim perbuatan bejad tanpa terpaksa.
Lihatlah, betapa kita dibuat terbiasa menyaksikan orang-orang melakukan perbuatan kaum Luth dengan santainya. Bahkan otak kita dipaksa untuk berempati, bersimpati terhadap perilaku tersebut.
Kita dicekoki dengan tayangan entertainment yang mempopulerkan para transgender. Artis yang mengubah identitas kelaminnya lantas membuat artis-artis yang oplas menjadi biasa. Bukankah mengubah identitas gender lebih ekstrim daripada sekedar oplas seluruh tubuh.
Kita dibuat tercengang dengan laki-laki berpenampilan perempuan. Mereka tampil lebih cantik dan berani seksi daripada perempuan biasa. Mereka membuat laki-laki terpesona dengannya. Mereka mengenalkan sensasi ekstrim menyukai sesama jenis. Jebakan-jebakan syaitan menjerumuskan laki-laki normal, untuk kemudian menjadi komunitas biseks.

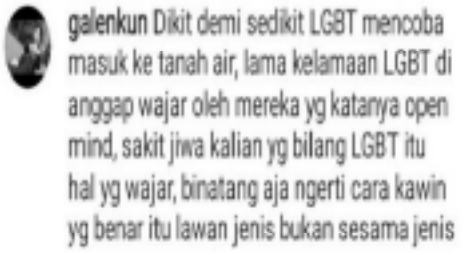
Sumber:https://www.facebook.com/100008798738568/posts/2038223766480895/?sfnsn=wiwspmo

Hasil penelusuran pada *Facebook* dan *Instagram* menunjukan temuan yang menarik tentang pola postingan netizen. Terdapat perbedaan pola respons oleh netizen yang terjadi di *Facebook* dan *Instagram*. Jika di *Facebook*, respons boikot film KTI langsung diunggah dari berbagai akun menyatakan ketidaksetujuan. Maka di *Instagram*, respons netizen dilakukan melalui komentar pada postingan-postingan akun *review* film.

Seperti terjadi pada akun Instagram @catatanfilm yang memposting prestasi film KTI yang terpilih mewakili Indonesia pada Oscar 2020. Postingan ini disukai sebanyak 9.161 orang dan dikomentari sebanyak 181 komentar. Caption unggahannya adalah berikut ini: "Dilansir dari CNBC Indonesia, setelah bersaing dengan film Ave Maryam karya Ertanto Robby Soediskam dan 27 Steps of May karya Ravi L. Bharwani, film KTI karya Garin Nugroho terpilih mewakili Indonesia dalam Academy Awards atau Oscar 2020 melalui kategori International Feature Film bersaing dengan Parasite dari Korea Selatan dan Weathering with You dari Jepang. Unggahan caption tersebut disertai hashtag #infofilm #catatanfilm#filmIndonesia #pialaOscar #KucumbuTubuhIndahku (@catatanfilm, 2019). Postingan Instagram tersebut, mendapat serbuan komentar penentangan dan hanya sedikit yang memberikan komentar dukungan.

Secara umum, beberapa jenis komentar yang memiliki kemiripan isi dikelompokkan sebagai berikut:

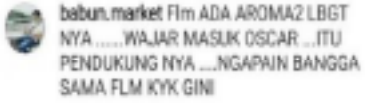
1 **@galenkun, dan 29 akun berkomentar senadadari kubu kontra, menyatakan endukung LGBT memiliki sakit jiwa**


galenkun Dikit demi sedikit LGBT mencoba masuk ke tanah air, lama kelamaan LGBT di anggap wajar oleh mereka yg katanya open mind, sakit jiwa kalian yg bilang LGBT itu hal yg wajar, binatang aja ngerti cara kawin yg benar itu lawan jenis bukan sesama jenis

2 **@yudha___0, dan 20 akun berargumen bahwa open mind untuk LGBT adalah salah, karena terkait dengan keyakinan agama**

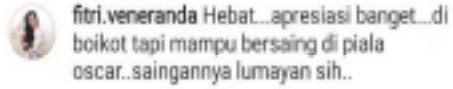
yudha___0 Guys disini gue cuma mau bilang " orang yang suka nyuruh open minded itu orang tolol sumpah,gak semua itu harus di open minded-in, ini hanya bagi orang yang beragama saja kalo atheis gak usah ikut. Harusnya lu @roshytii nyuruh para tuhan semua agama open minded kek elu, semua agama melarang perbuatan immoral kek gini ,lu tau gak siapa yang nonton nih film?? Nenek" kakek" maklu bapaklu adik bocil lu, ???yang nonton tuh ya yan punya penyakit LGBT, Yang bilang this is art,art art art matamu ." Yang Nyocot bawa" tuhan segala ya iyalah gue bawa tuhan karna gue umat beragama.

3 **@bobrun.market dan 33 akun dari kubu kontra, menyatakan konten LGBT hanya dimanfaatkan sebagai jualan agar masuk festival film OSCAR**

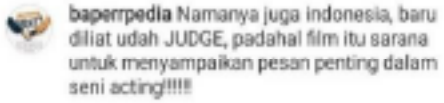


Sementara, kubu pro yang memiliki jenis kemiripan komentar dikelompokkan sebagai berikut:

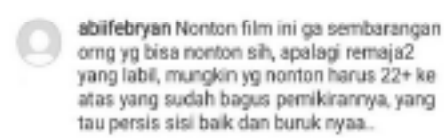
1 **@fitri.veneranda, dan 22 akun dari kubu pro memberi pujian atas prestasi film KTI**



2 **@baperrpedia dan 9 akun dari kubu pro menyatakan film KTI haruslah dihargai sebagai seni**


baperrpedia Namanya juga indonesia, baru diliat udah JUDGE, padahal film itu sarana untuk menyampaikan pesan penting dalam seni acting!!!!!

3 **@abiifebryan dan 11 akun dari kubu pro mengajukan perlunya batasan umur untuk menonton film KTI**


abiifebryan Nonton film ini ga sembarangan orng yg bisa nonton sih, apalagi remaja2 yang labil, mungkin yg nonton harus 22+ ke atas yang sudah bagus pemikirannya, yang tau persis sisi baik dan buruk nyaa..

Berdasarkan perolehan data melalui penelusuran virtual, para peneliti merangkum kumpulan tema komentar dari kubu pro pada film KTI, antara lain: film KTI tidak untuk anak dibawah umur 17 tahun karena belum mampu memilih pesan baik dan buruk, film KTI patut diapresiasi karena mengharumkan nama Indonesia, film KTI mengangkat khasanah budaya lokal tari Lengger, himbauan untuk menghargai film sebagai karya seni, isu LGBT sudah beberapa kali muncul dalam film Indonesia dan tidak ada masalah, film KTI hanya mengenalkan adanya diskriminasi sosial.

Sementara rangkuman tema berbagai komentar dari kubu kontra pada film KTI, terdiri dari: film KTI menjual perilaku seksual menyimpang agar laku di pasar dan festival, film bermuatan budaya haruslah membawa efek positif dan menginspirasi, film yang baik tentu tidak menyerbarkan kerusakan moral, LGBT tidak patut dipertontonkan karena tindakan menyimpang yang tidak sesuai norma dan ajaran agama manapun, LGBT bukanlah hak asasi melainkan penyakit sosial, pemerintah seharusnya

melakakukan control ketat pada film bermuatan perilaku seksual menyimpang, film KTI menggunakan budaya sebagai dalih untuk menyebarluaskan LGBT, tidak membutuhkan pikiran terbuka dalam menolak LGBT.

Setelah penelusuran virtual, para peneliti melakukan konfirmasi kepada empat orang informan pengguna Facebook (dua orang dari kubu pro dan dua orang dari kubu kontra) dan empat orang pengguna Instagram (dua orang dari kubu pro dan dua orang dari kubu kontra). Kedelapan informan memiliki pengalaman sama pernah menonton film KTI. Bagi informan kubu pro di Facebook, film KTI dinilai sebagai film menarik dan memiliki pengambilan gambar yang bagus serta pesannya inspiratif, terlepas dari konsep cerita LGBT (Wawancara VN, 22 Juni 2021). Kemudian, film KTI dinilai memberi pengetahuan mengenai budaya tari Lengger dan menganggap tidak ada yang salah dengan perilaku seksual menyimpang (Wawancara SEG, 23 Juni 2021).

Bagi kubu kontra di Facebook, pembuatan film KTI memiliki motif tendensius sebagai bentuk kampanye LGBT dan tidak memiliki nilai edukasi bagi masyarakat. Komisi Penyiaran Indonesia dan Komisi Perlindungan Anak Indonesia perlu terlibat proaktif dalam mengawasi perfilman dengan konten perilaku seksual menyimpang (wawancara AS, 28 Juni 2021). Film KTI sangat tidak layak ditayangkan di YouTube dan bioskop secara bebas, karena kontennya berpotensi mempengaruhi kerusakan moral remaja. Prestasi film KTI memenangkan festival, dinilai karena kontennya kontroversial semata. Film KTI dianggap memiliki nilai jual tinggi dengan mengangkat isu LGBT dengan mengatasnamakan Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk beragama Islam terbesar di dunia (Wawancara TW, 28 Juni 2021).

Pro dan kontra dari pengguna Instagram memunculkan temuan menarik, sebagaimana diakui oleh kubu pro, informan @dyxxxx (Wawancara 2 Juli 2021) menilai bahwa banyak penonton tidak mampu mengambil makna pesan dari film KTI, meskipun film tersebut dibuat dengan sinematografi yang menarik. Demikian pula menurut @ecxxxxxxx (Wawancara 2 Juli 2021), film adalah karya seni yang bebas saja menurut selera sutradara. Penonton hanya sebagai penikmat karya seni. Pembuat cerita film dan sutradara punya cara tersendiri dalam menyampaikan pesannya tentang perilaku seks menyimpang. Para sineas hanya bertujuan mengenalkan pada masyarakat tentang sisi lain dari kehidupan LGBT.

Sementara pengguna Instagram yang kontra menilai bahwa pemilihan pesan positif dan negatif dari film KTI tidak dapat sepenuhnya diserahkan kepada penonton. Meskipun film dapat berguna sebagai sarana edukasi, tapi tidak selayaknya perilaku penyimpangan seksual ditayangkan melalui film yang ditayangkan di bioskop. Penyimpangan perilaku seksual yang ditayangkan melalui film, dari sudut pandang apapun tidak memiliki nilai edukasi. Malah menjadi tambahan informasi dan referensi bagi penontonnya (wawancara dengan akun @ huxxxxxxxx, 3 Juli 2021). Untuk konteks isi film KTI, sangat tidak layak jika dinilai memberikan unsur edukasi. Masyarakat

luas harus paham bahwa kondisi bioskop di Indonesia adalah dapat diakses semua kelompok umur, tidak memberlakukan batasan umur dengan ketat, dan tidak ada sanksi hukum bagi bioskop yang melanggarnya. Sehingga bukan edukasi yang diperoleh penonton melainkan penyebarluasan LGBT melalui bioskop. Berbagai telaah hukum membeberkan fakta tentang ketiadaan aturan hukum tersurat yang mengatur atau melarang anak di bawah umur untuk membeli tiket atau menonton film di bioskop dengan rating remaja atau dewasa (Pramesti, 2016; Putranto, 2017). Celah hukum inilah yang dapat dimaanfaatkan oleh produser, sutradara, dan para sineas untuk membuat film-film yang bertentangan dengan norma budaya dan nilai agama. Kelemahan penegakan hukum adalah pada ketiadaan sanksi hukum bagi pelanggaran oleh pelaku kegiatan perfilman dan pelaku usaha perfilman apabila tidak melakukan pembatasan umur penonton, adanya sebatas sanksi administratif dan sifatnya usulan yang diberikan LSF kepada Pemerintah. Tidak ada kejelasan jenis penindakan dan siapa yang berhak menindak (Pramesti, 2016). Sedangkan sanksi pidana hanya diberikan kepada para pihak yang mengedarkan, menjual, menyewakan, atau mempertunjukkan kepada khalayak umum film yang tidak lulus sensor (Hasanah, 2016).

Usulan sanksi dari LSF kepada pemerintah, berdasarkan penelusuran peneliti ternyata ditujukan kepada Komisi Penyiaran Indonesia. Misalnya pada pelanggaran bioskop yang menerima penonton remaja dan anak-anak, pada laman LSF menyebutkan jika ada bioskop masih menerima penonton remaja dan anak-anak, maka akan menerima sanksi dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Sementara menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, yang menjadi dasar hukum keberadaaan KPI, tidak ada satupun ayat dan pasal yang memberikan kewenangan kepada KPI untuk memberi sanksi kepada pengusaha bioskop. KPI hanya berwenang memberi sanksi pada pelanggaran peraturan dan pedoman perilaku penyiaran (P3) serta Standar Program Siaran (SPS) oleh lembaga penyiaran yang memberikan jasa penyiaran baik radio maupun televisi. Sebagaimana diatur dalam Pasal 8 ayat (2) huruf d jo. Pasal 55 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.

Ketidakjelasan penegakan hukum juga terjadi pada sensor konten film dan penayangan film di bioskop. Kelayakan konten film semuanya diserahkan kepada Lembaga Sensor Film (LSF). Sebuah lembaga negara yang bernaung dibawah Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi dengan fungsi pengawasan produk penyiaran sebelum tayang. Dasar hukum keberadaan, kewenangan, tugas, dan fungsi diatur dalam Undang–Undang Nomor 33 Tahun 2009 tentang Perfilman dan Peraturan Pemerintah Nomor 18 tahun 2014 tentang Lembaga Sensor Film (Hasanah, 2016). Mekanisme kerjanya bahwa setiap film yang akan dipertunjukkan atau diedarkan kepada masyarakat umum wajib mendapatkan sensor terlebih dahulu oleh Lembaga Sensor Film (LSF). Sebuah film yang tidak lulus sensor, akan dikembalikan kepada pemilik film agar mendapatkan perbaikan-perbaikan. Apabila film telah

diperbaiki, pemilik film dapat mengajukan kepada LSF untuk dinilai dan disensor ulang.

Berdasarkan aturan Pasal 6 UU 33/2009, kriteria isi film yang lulus sensor adalah tidak mengandung unsur: (a) mendorong khalayak umum melakukan kekerasan dan perjudian serta penyalahgunaan narkotika, psikotropika, dan zat adiktif lainnya; (b) menonjolkan pornografi; (c) memprovokasi terjadinya pertentangan antarkelompok, antarsuku, antar-ras, dan/atau antargolongan; (d) menistakan, melecehkan, dan/atau menodai nilai-nilai agama; (e) mendorong khalayak umum melakukan tindakan melawan hukum; dan/atau (f) merendahkan harkat dan martabat manusia. Pada konteks film KTI, LSF melakukan keteledoran dengan mengabaikan adanya potensi pertentangan antar kelompok, menodai nilai-nilai agama. Film KTI justru menjadi pembenar terhadap keberadaan LGBT dan penyimpangan perilaku seksual agar dapat diterima masyarakat. Penayangan film KTI selain telah menimbulkan pertentangan antar kelompok juga telah menyebarkan pemahaman yang melanggar norma agama tentang penciptaan makhluk secara berlawanan jenis untuk berpasangan adalah kodrat ilahi (wawancara @y.xxxxx, 4 Juli 2021).

KESIMPULAN

Kubu pro penayangan film KTI menyatakan bahwa (1) Konten film KTI selayaknya dihargai oleh bangsa sendiri bukan malah dari luar negeri, ide cerita film ini berasal dari budaya asli asal Indonesia, adegan percintaan sesama jenis adalah satu kesatuan cerita sehingga harus dipahami secara utuh dan bukan sepenggal-sepenggal. (2) LGBT adalah hak asasi manusia untuk memilih pasangan hidup, LGBT tidak merugikan masyarakat karena mereka adalah manusia biasa yang menjadi bagian dari masyarakat Indonesia, hanya mereka memiliki perbedaan orientasi seksual. (3) pembuatan petisi *online* dukungan karena film KTI mendapatkan beberapa penghargaan Internasional, tema ceritanya mengangkat khasanah seni budaya lokal Indonesia, dan memiliki nilai artistik yang baik. (4) Isu LGBT yang diangkat dalam tema film mampu mempopulerkan Indonesia di kancah perfilman internasional, dipadukan dengan seni budaya dan panorama alam Indonesia, film sebagai karya seni jangan dikaitkan dengan nilai agama, LGBT ada di Indonesia dan mengalami diskriminasi.

Sementara itu, kubu kontra penayangan film KTI menyatakan bahwa (1) konten adegan percintaan sesama jenis ditampilkan secara vulgar tidak layak untuk ditonton publik; konten perilaku seksual menyimpang adalah upaya penyebarluasan LGBT secara terang-terangan; konten film KTI bertentangan dengan norma budaya dan nilai agama; tema film KTI hanya layak untuk kepentingan festival. (2) LGBT bukanlah fakta diskriminatif di Indonesia dibandingkan diskriminasi perempuan, kaum difabel, dan kelompok masyarakat miskin; LGBT sebagai perilaku penyimpangan seksual yang bertentangan dengan norma budaya dan nilai Agama, merupakan ancaman bagi masa depan generasi muda Indonesia. (3) Pembuatan petisi *online* berisi penolakan, berdasarkan alasan bahwa film festival tidak selalu layak

untuk konsumsi publik secara bebas, film KTI berkonten percintaan sejenis tidak layak ditampilkan secara vulgar, bioskop di Indonesia tidak menerapkan batasan umur yang ketat, sementara film KTI isinya tidak eduaktif dan tidak inspiratif. (4) Tema yang dipermasalahkan oleh kubu kontra, antara lain: dampak negatif film KTI bagi generasi muda, dampak film KTI untuk citra Indonesia sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia, isu diskriminasi pada LGBT bukan fakta di Indonesia melainkan sekadar tema yang dijual untuk kepentingan festival film.

DAFTAR PUSTAKA

@catatanfilm. (2019, September 18). CATATANFILM™ on Instagram. Retrieved 25 June 2021, from https://www.instagram.com/p/B2jbCIgp8FY/?utm_medium=copy_link

Achmad, Z. A. (2020a). Construct of Women, Violence, and Liberation of Identity in 'FIKSI' Film. *LENTERA: Journal of Gender and Children Studies*, *2*(1), 1–18. Retrieved from https://journal.unesa.ac.id/index.php/JOFC

Achmad, Z. A. (2020b). *Pergeseran Relasi antara Pendengar Radio dengan Institusi Radio dalam Masyarakat Jaringan (Studi Etnografi Virtual pada Radio-radio Budaya di Jawa Timur yang Bermediamorfosis)*. Universitas Airlangga.

Achmad, Z. A., & Ida, R. (2018). Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian. *The Journal of Society & Media*, *2*(2), 130–145. doi:10.26740/jsm.v2n2.p130-145

Achmad, Z. A., Ida, R., Mustain, M., & Lukens-Bull, R. (2021). The Synergy of Islamic Da'wah and Madura Culture Programmes on Nada FM Sumenep Radio, Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, *37*(2), 111–129. doi:https://ejournal.ukm.my/mjc/article/view/37323/12023

Achmad, Z. A., Kinan, J. G., & Artaria, M. D. (2017). *Controversy on the Acceptance of Transgender Characterization in the Movie "Lovely Man"*. In *IPCoMC Universitas Airlangga* (pp. 360–365). Surabaya: SCITEPRESS - Science and Technology Publications. doi:10.5220/0007329503600365

Alamiyah, S. S., Arviani, H., & Achmad, Z. A. (2021). Mothers' Medical-based Experience as the Most Sought-after Online Information by New Mothers During Pandemic COVID-19. *The Journal of Society and Media*, *5*(1), 78–98. doi:10.26740/jsm.v5n1.p78-98

Amindoni, A. (2019). 'Kucumbu Tubuh Indahku': "kampanye LGBT" dan trauma tubuh yang menuai kontroversi. Retrieved 25 July 2021, from https://www.bbc.com/indonesia/majalah-48250837

Andajani, S., Lubis, D., & Graham-Davies, S. (2015). Razia Terhadap LGBT sebagai Agenda Moralitas Palsu: Kajian Pemberitaan Media di Indonesia. *Jurnal Perempuan*, *20*(4), 97–106.

Angelone, L. (2018). Virtual Ethnography: The Post Possibilities of Not Being

There. *Mid-Western Educational Researcher*, *31*(3), 275–295.

Bhineka, I. K. G., Budiartha, I. N. P., & Ujianti, N. M. P. (2021). Pengaturan Hubungan Menyimpang di Luar Perkawinan Bagi Lesbian dan Gay dalam Perspektif Hukum Hindu. *Jurnal Preferensi Hukum*, *2*(1), 83–87. doi:https://doi.org/10.22225/jph.2.1.2799.83-87

Binekasri, R. (2014). Analisis semiotika homoseksual pria pada film arisan 2. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, *13*(2), 90–108.

Candrasari, Y. (2019). *Mediated Interpersonal Communication: A New Way of Social Interaction in the Digital Age*. In *Proceedings of the 2nd International Media Conference 2019 (IMC 2019)* (pp. 537–548). Paris, France: Atlantis Press. doi:10.2991/assehr.k.200325.041

Dholakia, U. M., Bagozzi, R. P., & Pearo, L. K. (2004). A social influence model of consumer participation in network- and small-group-based virtual communities. *International Journal of Research in Marketing*, *21*(3), 241–263. doi:10.1016/j.ijresmar.2003.12.004

Dyanutami, D. (2015). *Representasi Femininitas dan Seksualitas Remaja dalam Film*. Universitas Airlangga Surabaya. https://doi.org/10.31227/osf.io/etbks

Giu, I. S., Susilastuti, D. N., & Basuki. (2009). Analisis Semiotika Kekerasan Terhadap Anak dalam Film Ekskul. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *7*(1), 92–106.

Hasanah, S. (2016). Kriteria Penyensoran Film di Indonesia. Retrieved 27 November 2021, from https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt57e382ada65e8/kriteria-penyensoran-film-di-indonesia

Hill, I. K. (2019). Facebook. Retrieved 20 June 2021, from https://www.facebook.com/100013589705679/posts/629346260861692/?sfnsn=wiwspmo

Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. London: Sage Publications Ltd.

Kautsarina, K. (2018). Perkembangan Riset Etnografi Di Era Siber : Tinjauan Metode Etnografi Pada Dark Web. *Masyarakat Telematika Dan Informasi : Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, *8*(2), 145. doi:10.17933/mti.v8i2.109

Kaya, J. B. (2016). Representasi Homoseksual dalam Film The Imitation Game. *Jurnal E-Komunikasi*, *4*(1), 5–11.

Kurniasari, N. A. (2017). *Pengaruh Consumer Animosity Terhadap Purchase Unwillingness dalam Boikot pada Produk Kopi Internasional*. Tangerang: Jurusan Strategic Communication, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Kurniawan, Y., & Noviza, N. (2018). Peningkatan Resiliensi pada Penyintas Kekerasan terhadap Perempuan Berbasis Terapi Kelompok Pendukung. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, *2*(2), 125. doi:10.21580/pjpp.v2i2.1968

Kusuma, A. (2018). Potret gender harmoni pada keluarga urban (studi naratif

film tentang relasi laki-laki dan perempuan dalam pertukaran beban kerja pada film Super Didi dan Hijab). *Jurnal Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jatim*, *1*(1).

Kusuma, A., Purbantina, A. P., Nahdiyah, V., & Khasanah, U. U. (2020). A Virtual Ethnography Study: Fandom and social impact in digital era. *Etnosia: Jurnal Etnografi Indonesia*, *5*(2), 238–251. doi:10.31947/etnosia.v5i2.10898

Lantara, F., & Yusuf, M. (2019). MUI Depok dukung pelarangan tayang film kucumbu tubuh indahku. Retrieved 22 July 2021, from https://www.antaranews.com/berita/846720/mui-depok-dukung-pelarangan-tayang-film-kucumbu-tubuh-indahku

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (2013). *The Constructivist Credo* (Vol. 1). Walnut Creek: Left Coast Press, Inc.

Liu, N., & Chan, H. C. (2011). A social identity perspective on participation in virtual healthcare communities. *International Conference on Information Systems 2011, ICIS 2011*, *4*, 3280–3299.

Marciano, A. (2014). Living the VirtuReal: Negotiating Transgender Identity in Cyberspace. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *19*(4), 824–838. doi:10.1111/JCC4.12081

Nugroho, Y., K. Nugraha, L., Laksmi, S., Amalia, M., Andriani Putri, D., & Amalia, D. (2012). Media dan Kelompok Rentan di Indonesia: Kisah dari Yang Terpinggirkan dan Tersisihkan. On *Bermedia, Memberdayakan Masyarakat: Memahami kebijakan dan tatakelola media di Indonesia melalui kacamata hak warga negara*. (R. Ernunsari, B. Aryo Nugroho, & K. Nugraha, Eds.). Jakarta, Indonesia: CIPG and HIVOS.

Nurwahid, A. F. (2021). Career-mother in Indonesian Soap Opera: A Counter-stereotype Representation. *ETTISAL : Journal of Communication*, *6*(1), 21–35. doi:http://dx.doi.org/10.21111/ejoc.v6i1.6239

Pramesti, T. J. A. (2016). Adakah Aturan Tentang Bioskop Boleh Melarang Anak Menonton Film Dewasa? Retrieved 27 November 2021, from https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt56cdf984d32ea/adakah-aturan-tentang-bioskop-boleh-melarang-anak-menonton-film-dewasa

Priherdityo, E. (2019). Ulasan Film: 'Kucumbu Tubuh Indahku'. Retrieved 26 June 2021, from https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20190426103729-220-389810/ulasan-film-kucumbu-tubuh-indahku

Putranto, N. P. (2017). *Tinjauan Yuridis Perjanjian Jual-Beli Tiket Bioskop Kepada Anak di Bawah Umur*. Universitas Katolik Parahyangan.

Putu, N., Manu, C., Ayu, I. D., Joni, S., Luh, N., Purnawan, R., & Mateen, J. (2017). Self disclosure pengguna aplikasi kencan online (Studi pada Tinder). *Universitas Udayana*, *1*(1), 1–9.

Rachmaniar, R. A. (2017). Studi Etnografi

Virtual tentang Komentar Kasar Netizen untuk Video Debat Final Pilkada DKI 2017 di Channel YouTube CNN Indonesia. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *5*(2), 43–50.

Riantrisnanto, R. (2019). Film Kucumbu Tubuh Indahku Diboikot, Produser Bereaksi. Retrieved 24 July 2021, from https://www.liputan6.com/showbiz/read/3955692/film-kucumbu-tubuh-indahku-diboikot-produser-bereaksi

Safitri, L. M. (2017). *"Playing Identity" dalam Media Baru (Studi Analisis Media Siber Produksi dan Penerimaan Pesan Playing Identity Pengguna Aplikasi Tinder dalam Mengembangkan Hubungan)*. Universitas Sebelas Maret, Surakarta.

Saleh, G., & Arif, M. (2017). Rekayasa Sosial Dalam Fenomena Save Lgbt. *Jurnal Komunikasi Global*, *6*(2), 148–163.

Sembiring, I. G. N., & Setuningsih, N. (2019). Kucumbu Tubuh Indahku, Film Kontroversi dengan Sederet Prestasi. Retrieved 23 July 2021, from https://www.kompas.com/hype/read/2019/11/14/101651466/kucumbu-tubuh-indahku-film-kontroversi-dengan-sederet-prestasi?page=all

Setyaningsih, R. (2016). Studi Semiotik Sikap Humanis-Religius dalam Trailer Film Ketika Mas Gagah Pergi. *ETTISAL Journal of Communication*, *1*(1), 57. doi:10.21111/ettisal.v1i1.1054

Simamora, R. (2018). Petisi Online sebagai Alat Advokasi Kebijakan: Studi Kasus Change.Org Indonesia Periode 2015-2016. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, *6*(1), 57–67. doi:10.7454/jki.v6i1.8617

Suyanto, B. (2019). Kontroversi Film 'Kucumbu Tubuh Indahku'. Retrieved 23 August 2021, from https://kolom.tempo.co/read/1200149/kontroversi-film-kucumbu-tubuh-indahku/full&view=ok

Takács, K. (2013). Models of InterGroup Conflict. In Harold Pashler (Ed.), *Encyclopedia of the Mind* (pp. 435–437). Thousand Oaks: SAGE Publications Inc.

Triantoro, D. A. (2019). Konflik Sosial dalam Komunitas Virtual di Kalangan Remaja. *Jurnal Komunikasi*, *13*(2), 135–150. doi:10.20885/komunikasi.vol13.iss2.art2

Wahyuningtyas, D., Kusuma, A., Febrianita, R., & Achmad, Z. A. (2021). Local language programs in cultural radios to maintain Indonesian national identity. *Etnosia: Jurnal Etnografi Indonesia*, *6*(1), 47–65. doi:10.31947/etnosia.v6i1.11973

Vol. 6, No.2, Desember 2021

Available at:
https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/ettisal
http://dx.doi.org/10.21111/ejoc.v6i1.5156

ETTISAL
JOURNAL OF COMMUNICATION
P-ISSN 2503-1880
E-ISSN 2599-3240

Representasi Kuliner Indonesia dalam Film *Aruna & Lidahnya*

Sri Wulandari
UPN "Veteran" Jawa Timur
Rungkut Madya No.1, Gunung Anyar, Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur, 60294, Indonesia
E-mail: sri.wulandari.dkv@upnjatim.ac.id

Abstrak

Artikel ini merupakan penelitian yang mengkaji representasi kuliner Indonesia dalam film *Aruna & Lidahnya*. Film ini membahas mengenai kuliner khas dari beberapa daerah di Indonesia. Representasi kuliner ndonesia ditunjukkan melalui petualangan kuliner yang dilakukan Aruna dan teman-temannya untuk memuaskan keinginan demi mendapatkan citarasa, resep dan gaya makan baru. Tujuan dari kajian ini adalah untuk menganalisis dan memahami representasi kuliner Indonesia yang terdapat pada film *Aruna & Lidahnya* karya Edwin. Kajian ini menggunakan metode analisis Semiotika Rolland Barthes. Hasil akhir dari kajian ini menjelaskan bahwa kuliner daerah ditampilkan sebagai kuliner yang menajubkan serta kuliner yang akan selalu diingat dan berkesan. Kuliner daerah dicitrakan sebagai kuliner pinggiran, kuliner kelas bawah. Representasi kuliner Indonesia dalam film *Aruna & Lidahnya* menunjukkan bahwa kuliner Jakarta memiliki kelas yang lebih tinggi dibandingkan kuliner khas beberapa daerah yang disebutkan dalam film.

Kata kunci: representasi; kuliner; film; Aruna & Lidahnya

Diterima : 26-11-2021 Disetujui : 27-11-2021 Dipublikasikan : 30-12-2021

Representation of Culinary Culture in "Aruna & Lidahnya" Movie

Abstract

This study aims to analysis representation of culinary culture within Aruna & Lidahnya. The film discusses the local culinary of some cities in Indonesia. Representation of local cuisine was demonstrated through a culinary adventure conducted by Aruna and her friends to satisfy the desire to get new tastes, recipes and eating styles. This research examines the representation of Indonesian cuisine from film Aruna & Lidahnya the movie by Edwin. *Method applied for this research was Rolland Barthes semiotic analysis. This study depicts that the local cuisine is an amazing and will always be remembered and memorable, eventhough it is still represented as the marginal food for under class society. Representation of local cuisine in this film was addressed to emphasize the higher position of Jakarta's local cuisine than other the local ones*

Keywords: *representation; food; film; Aruna & Lidahnya*

PENDAHULUAN

Istilah kuliner sering dikaitkan dengan makanan dan resep masakan. *Culinary*/ kuliner merupakan kata sifat, berkaitan dengan aktivitas memasak. Sedangkan resep makanan (*cuisine)* merupakan gaya khas dalam menyiapkan makanan biasanya dikaitkan dengan tempat asal makanan tersebut (https://diffsense.com, n.d.). Dalam perkembangannya, istilah kuliner dalam bahasa Indonesia tidak lagi sebagai kata sifat melainkan kata benda. Dalam konteks Indonesia, istilah "kuliner" bisa dikatakan bersinonim dengan istilah "makanan". Untuk menghindari kesalahan pemahaman, istilah kuliner dalam artikel ini lebih merujuk pada makanan.

Makanan merupakan hal yang selalu menarik untuk dibicarakan, baik dibicarakan di meja makan maupun dibicarakan dalam dunia akademik. Salah satu hal penting yang menjadikan makanan sebagai objek yang menarik untuk dikaji dikarenakan makanan memiliki sifat multisensoris, mulai dari rasa, sentuhan, rupa, suara dan bau sehingga makanan memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dalam berbagai tingkat dan komposisi sebuah bentuk bahasa. Makanan sebagai alat komunikasi dalam prosesnya mampu mendefinisikan individualitas dan identitas seseorang dalam masyarakat. Menurut (Barker, 2004), identitas itu sendiri dianggap bersifat personal maupun sosial dan menandai kita sama atau berbeda dengan orang lain.

Kompleksitas makanan menjadikannya sebagai topik yang menarik untuk di bahas. Hal ini terlihat dari banyaknya media yang mengangakat isu mengenai makanan, baik dalam bentuk buku, program televisi, website, iklan maupun film. Salah satu film yang membahas mengenai keberagaman kuliner Indonesia adalah film Aruna & Lidahnya. Film Aruna & Lidahnya diadaptasi secara lepas dari novel yang berjudul Aruna & Lidahnya karya dari penulis ternama yaitu Laksmi P. Film yang di sutradarai oleh Edwin dan Titien Wattimena sebagai penulis naskah. Film inin menceritakan tentang persahabatan dan kuliner yang di dalamnya dibumbui dengan berbagai konspirasi/ rekayasa serta berbagai konflik sehingga menarik untuk dikaji secara mendalam.

Meiske Taurisia, selaku produser film *Aruna & Lidahnya,* menjelaskan bahwa cerita dalam film *Aruna & Lidahnya* merupakan adopsi bebas dari novel dengan judul serupa sehingga alur cerita yang dimiliki, tidak sama dengan versi bukunya (Ramadhani, 2018). Pada tahun 2014 merupakan perilisan karya dalam bentuk novel. Sedangkan film *Aruna & Lidahnya* melakukan pemutaran perdana pada bulan September 2018.

Film *Aruna & Lidahnya* mengisahkan tentang Aruna Rai, seorang ahli epidemologi, Dian Sastro adalah pemeran karakter Aruna Rai. Sebagai Arunai Rai, Dian Sastro ditugaskan menginvestigasi wabah flu burung (*bird flu*) di Indonesia. Aruna ditugaskan untuk menginvestigasi kasus-kasus tersebut (kasus flu burung) di Pontianak, Madura, Surabaya dan Singkawang yang merupakan kota-kota besar di Indonesia. Di saat yang bersamaan, sahabat Aruna Rai yang bernama Nad dan Bono, turut ikut Aruna melakukan investigasi sekaligus dan berwisata kuliner

(petualangan kuliner). Perjalanan bisnis yang dilakuan Aruna mempertemukannya dengan mantan teman kerjanya yaitu Farish

Penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang representasi kuliner Indonesia yang terdapat pada film *Aruna & Lidahnya.* Media Film mampu menggabungkan antara audio dan visual, serta dilengkapi dengan proses dan alat untuk *editing*, eksplorasi karakter dan latar menguatkan tersampaianya pesan kepada audiens (Wibowo, 2019). Melalui proses representasi, makna diproduksi dan dikonstruksi ke dalam proses penandaan (Pratama & Wenerda, 2020). Struktur sosial, struktur budaya , struktur politik terkait erat dengan produksi film. Film dimaknai sebagai praktik sosial bukan lagi dipandang hanya sebagai karya seni belaka. Sistem serta proses sebuah budaya dapat dilihat dari nilai yang terkandung dalam sebuah film (Turner, 2012).

KAJIAN PUSTAKA

Kajian-kajian dalam ruang lingkup media dan komunikasi, khususnya film sudah banyak dilaksanakan. Walaupun begitu berdasarkan penelitian awal, tidak ada penelitian yang mengkaji mengenai film *Aruna & Lidahnya,* akan tetapi terdapat kajian yang membahas mengenai novel *Aruna & Lidahnya*. Artikel ilmiah yang ditulis oleh Mareta Dwi (2017) mengenai *Perspektif Gastrocriticism* dalam novel aruna dan lidahnya. Mareta memaparkan bahwa makanan dan sastra memiliki keterkaitan pada hal yang fisikal, material serta sosial kultural, misalnya mengenai seperti apa karakter-karakter dalam karya sastra menikmati dan mengonsumsi makanan serta bagaimana karakter-karakter tersebut mengonstruksi prinsip hidup dan identitas budaya yang mereka miliki melalui makanan.

Perbedaan penelitian Mareta dengan penelitian ini ialah media yang digunakan. Mareta mengkaji media berupa novel sedangkan penelitian penulis menggunakan media berupa film. Novel dan film memiliki karakter media yang berbeda yaitu hilangnya kebebasan berimajinasi para pembaca novel dalam menikmati karya sastra tersebut.

Pada saat membaca novel, pembaca secara aktif berimajinasi tentang apa yang terjadi pada tokoh dalam novel, bagaimana suasa tempat di sekitarnya dan lain sebagainya. Sedangkan dalam film tidak ada ruang untuk berimajinasi, hal ini disebabkan visualisasi mengenai tokohnya, tempat dan suasana dalam film telah membatasi imajinasi kita. Perbedaan lain antara penelitian penulis dan Mareta terletak pada perspektif yang digunakan. Mareta mengkaji novel *Aruna & Lidahnya* menggunakan perspektif *gastrocriticm* sedangkan penelitan penulis menggunakan perspektif kajian budaya dan media.

Penelitian ini merupakan sebuah analisis teks film yang berupaya menjawab permasalahan terkait dengan representasi kuliner Indonesia yang terdapat di film *Aruna & Lidahnya*. Berdasarkan pemapaparan diatas, terdapat beberapa konsep dalam penelitian ini yakni: representasi, analisis film, dan semiotika.

Film tidak sekedar refleksi dari realitas, melainkan juga merupakan representasi dari realitas masyarakat itu sendiri. Stuart Hall menjelaskan

bahwa bagian penting dari sebuah proses pemaknaan adalah representasi, yang mana dalam proses tersebut makna diproduksi dan dipertukarkan antar anggota suatu budaya (Hall, 1997).

Hal ini ditegaskan oleh Hall (1997) bahwa bahasa merupakan pengambaran ulang dari konsep yang ada di pikiran yang tersusun dari makna-makna yang diproduksi, hal ini umumnya disebut sebagai representasi. Bahasa (*language*) merupakan perantara yang memungkinkan untuk mengambarkan dan membagikan konsep dalam pikiran seseorang. Maka dari itu, bahasa merupakan sistem representasi tahap kedua (Hall, 1997). Bahasa merupakan alat yang dapat menerjemahkan dan menghubungkan makna dan konsep dalam bentuk tertulis (*words*), suara maupun visual. Oleh karena itu, film merupakan sistem representasi yang memungkinkan terjadinya praktik pemaknaan. Makna-makna tersebut diproduksi melalui bahasa.

Pendekatan intensional, pendekatan reflektif dan pendekatan konstruksionis merupakan 3 pendekatan yang dapat membantu dalam memahami sistem kerja representasi (Hall, 1997). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kontruksionis yang terdiri dari dua pendekatan yaitu semiotik dan wacana diskursif. Pendekatan wacana diskursif, konstruksi makna uyang terbentuk melalui wacana, bukan bahasa. Konstruksi terbentuknya makna dan tanda melalui medium bahasa disebut dengan pendekatan semiotik (Hall, 1997).

Dalam penelitian ini, konsep selanjutnya yang diaplikasikan ialah konsep mengenai analisis film. Intepretasi komposisi telah digunakan untuk mendeskripsikan lukisan dan jenis gambar diam lainnya. Film membutuhkan sekumpulan istilah untuk menjelaskan karateristik dinamis dari film. James mengajukan beberapa terma untuk film yaitu *montage* dan *mise en scéne* (Monaco, 2009) .

Montage adalah terma lain yang berhubungan dengan komposisi film/ gambar bergerak. Sedangkan keputusan mengenai target yang akan dibidik (*shot*) serta tata caranya disebut dengan *Mise-en-scéne* (Rose, 2016). Istilah lain untuk *montage* adalah pengeditan *(editing).*

Gillian Rose menjelaskan bahwa *montage* dan *mise-en-scéne* adalah bagian dari interpretasi komposisi. Sebagai tahap pertama dalam memahami gambar bergerak maupun gambar diam, Interpretasi komposisi sangat dibutuhkan. Oleh sebab itu, diperlukan kombinasi lain antara interpretasi komposisi dengan metodologi lainnya, hal ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang cara kerja film mampu *carry meanings* (Rose, 2016). Maka, penulis mengkombinasikan semiotika dengan interpretasi komposisi milik James Monaco.

Penelitian ini menggunaka semiotika Barthes. Barthes menjelaskan bahwa berbagai bentuk dan jenis semiotika menunjukkan sebuah hubungan di antara dua *term* yaitu petanda dan penanda (Strinati, 2016).

Pada tataran kesatu, suatu tanda terdiri dari petandan dan penanda. Penanda atau *signifier* ialah citra akustik, bagian material tanda yang terlihat. Sedangkan, petanda (*signified*) adalah bagian mental (makna)/ tak terindera. Pada film, elemen penanda berupa gambar/visual dan audio

sedangkan petandanya berupa makna-makna pada tataran pertama atau denotasi.

Pada tataran kedua, sistem semiotika dibentuk dari konotasi yang tersusun atas serangkaian tanda pada tataran sebelumnya. Setelah diperoleh penanda tataran pertama, analisis dilanjutkan pada tataran kedua yaitu mitos. Denotasi adalah tanda pada tataran pertama, sedangkan konotasi dan mitos adalah tanda pada tataran kedua. Barthes menyatakan bahwa mitos didefinisikan oleh cara pengungkapannya bukan objek pesannya. Mitos memanfaatkan sistem-sistem lain untuk mengkonstruksikan makna (Strinati, 2016).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan kajian semiotika yang berfokus pada analisis visual film. Film *Aruna & Lidahnya* (2018) merupakan objek yang dijadikan kajian ini. Cara pengumpulan data yaitu memilah-milah bagian yang berkaitan dengan representasi kuliner Indonesia. Bagian-bagian tersebut diantaranya dalam bentuk audio berupa narasi (*montage)* dan visual.

Teknik yang digunakan untuk mencari data ialah yaitu melalui pengamatan langsung dari segi audio visual pada film *Aruna & Lidahnya* (2018). Seleksi data dengan cara mengambil beberapa cuplikan adegan dan mencatat percakapan yang terkait dengan representasi kuliner Indonesia. Selanjutnya data akan diolah serta di deskripsikan untuk mengetahui representasi kuliner Indonesia pada film *Aruna & Lidahnya*.

Semiotika Roland Barthes digunakan sebagai alat analisis. Dalam tahap olah data, setelah menyeleksi elemen visual dan audio yang berfokus pada representasi kuliner Indonesia dalam film *Aruna & Lidahnya*. Selanjutnya yaitu, menjabarkan sistem semiotika pada film *Aruna & Lidahnya,*.

Setelah diperoleh penanda tataran pertama dari data audio dan visual, kemudian akan dilakukan analisis pada tataran kedua dalam film *Aruna & Lidahnya* dalam sistem semiotika tataran kedua yaitu mitos. Tahap selanjutnya, peneliti akan menguraikan struktur makna dari representasi kuliner Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Istilah-istilah yang digunakan dalam kajian ini diantaranya *sequence* (sekuens), *scene* dan *shot*. Untuk memudahkan dalam menganalisis, penulis mengambil beberapa sekuens dalam film *Aruna & Lidahnya* yang berkaitan dengan representasi kuliner Indonesia.

Sekilas mengenai Aruna & Lidahnya

Film ini di produksi oleh Palari Films, film ini merupakan film dengan jenis drama.

Tabel 1. Deskripsi film

Deskripsi film *Aruna & Lidahnya*	
Sutradara	Edwin
Produser	Meiske Taurisia dan Muhammad Zaidy
Penulis naskah	Titien Wattimena
Adaptasi dari	Novel *Aruna & Lidahnya* oleh Laksmi Pamuntjak
Produksi	Palari Films

Rilis	27 September 2018
Durasi	106 menit

Sumbe: Olahan Peneliti

Film Aruna & Lidahnya berkisah tentang seorang ahli epidemiologi dengan nama Aruna Rai yag diperankan oleh Dian Sastro. Aruna ditugaskan untuk melakukan investigasi mengenai flu birds case di di Indonesia. Suatu ketika, sahabat Aruna yaitu Bono yang memerankan karakter bernama Nad, bergabung dengan Aruna untuk menemaninya melaksanakn investigasi sekaligus berpetualangan kuliner.

Bono berprofesi sebagai koki profesional. Sebagai koki, bono ingin menciptakan menu baru, maka dari itu Bono memutuskan untuk mencari inspirasi dengan cara berpetualang kuliner untuk menemukan resep kuliner otentik Indonesia. Sedangkan, Nad adalah seorang penulis buku makanan dan perjalanan (*food and travel*) sekaligus kritikus kuliner. Disaat yang tak terduga perjalanan bisnis mempertemukan Aruna dengan mantan rekan kerjanya. Karakter ini bernama Farish yang diperankan oleh Oka Antara Farish merupakan seoarang dokter hewan. Keempat karakter tersebut terlibat dalam percakapan intim mengenai berbagai problematika usia 30an dan mengenai perkembangan investigasi kasus flu burung dibumbui dengan menyantap berbagai hidangan kuliner khas Indonesia.

Analisis Denotasi

Bagian ini akan menganalisis sistem semiotika tataran pertama dan kedua yaitu berupa data audio dan visual. Sr_1 (penanda) dan Sd_1 (petanda) pada tataran kesatu, membentuk penanda pada tataran kedua (Sr_2), selanjutnya membentuk Sd_2 (konsep-konsep konotatif)

Aruna & Lidahnya (Sr) tersusun dari tanda *Aruna*, yang merujuk pada 'perempuan', karena tokoh utama dalam film ini adalah perempuan sedangkan *dan* merupakan kata penghubung. Kemudian *Lidahnya*, yang tersusun dari *lidah* dan akhiran -nya. Lidah merupakan indra perasa. Maka *lidahnya* merujuk pada 'rasa atau selera' (Sd) Aruna. Dalam film ini Aruna dan teman-temannya mewakili orang Jakarta, kelas menengah. Jadi bisa diartikan bahwa film *Aruna & Lidahnya* mewakili selera orang Jakarta dalam memandang kuliner daerah di luar Jakarta.

- Scene Campur Lorjuk

Pada *scene* ini memperlihatkan Aruna, Farish, Bono, dan Nad pergi ke tempat makan (warung). Tempat makan di Indonesia memiliki beberapa kategori misalnya restoran, warung, kedai, kafe, dan sebagainya. Restoran diidentikkan dengan eksklusif dan berkelas. Sedangkan, warung digunakan untuk menyebut tempat makan yang sederhana, biasanya dikelola secara individu sehingga tidak memiliki standar pelayanan seperti restoran.

Merujuk pada tabel tanda verbal dan non verbal pada *scene* campor lorjuk yang terdapat pada artikel eksotisisasi kuliner Madura yang diterbitkan oleh jurnal *Channel*. Kekaguman yang ditunjukkan Nad, *Nad: Eh jangan lupa, besok kita ke Madura ya; Aruna: kalian ikut juga?; Nad: iya dong Run, LORJUK RUN, LORJUK !* (Sr_1). Pada dialog tersebut kata "lorjuk" diucapkan dua kali dengan penekanan intonasi pada kata tersebut. Hal ini menegaskan bahwa lorjuk bukan kuliner yang biasa saja (khas) bagi Nad, Bono dan Aruna.

Bono mengagumi kuliner campur lorjuk, mulai dari bahan, pengolahan hingga tempatnya. Akan tetapi ada beberapa hal yang menurutnya perlu diperbaiki, asumsi ini dipertegas melalui tuturan, *seharusnya ini lo jadiin menu di restoran lu Bon tapi presentasinya bagusin dikit* (Sr_1). Menunjukkan bahwa mereka ingin memperkenalkan kuliner khas Madura tersebut ke Jakarta. Agar sesuai standar penyajian makanan di restoran, terdapat indikasi bahwa Bono ingin melakukan modifikasi terhadap kuliner tersebut.

- Scene Bakmi kepiting

Tabel 2. Tanda nonverbal dan verbal

Visual	Audio	
	Narasi	Musik
shot 5 *shot 6* *shot 7*	**Bono:** Waow, surga keliatan depan mata **Nad:** Bener Bon, rasanya enak banget seperti di surga. **Bono:**Teksturnya mie nya ini lo. **Nad:** Kepitingnya Bon ni dan telur kepiting sebagai harta karun di antara mie. Rasanya pingin pindah kesini dan gak pingin pergi lagi.	-

(Sumber: Film *Aruna & Lidahnya*, 2018. *Time-code:* 00:49.47-00.50.02)

Adegan dalam *scene* ini menampilkan Aruna dan teman-temanya yang menikmati bakmi kepiting di warung Achai (*shot* 5). Adegan pada *shot* 6, *tatapan mata mengarah pada mie, pupil mata melebar, alis terangkat, tersenyum, bibir terkatup rapat dengan tekanan* merupakan penanda yang merujuk pada 'kekaguman', 'kepuasan'.

Petanda ini juga didukung ungkapan verbal, *Waow, surga keliatan depan mata* (Sr_1), yang mengkomunikasikan sebuah ekspresi kekaguman atas citarasa bakmi kepiting. Kekaguman akan citarasanya pun dianalogikan sebagai surga yang sudah di depan mata. Makna 'kekaguman' semakin ditegaskan melalui tuturan *Bener Bon, rasanya enak banget seperti di surga.* Kekaguman atas kuliner dari daerah lain dengan citarasa yang mampu membuat orang berfantasi (*surga, harta karun*).

- Scene Nasi Goreng Pontianak

Tabel 3. Tanda nonverbal dan verbal

Visual	Audio	
	Narasi	Musik
shot 8 shot 9	**Bono:** Pak, saya aja yang masak boleh gak? Pacar saya maunya saya masakin soalnya. **Penjual:** Silakan mas.	-

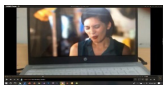
Sumber: Film *Aruna & Lidahnya*, 2018. *Time-code:* 01:34.27-01.34.38

Kode non-verbal dalam *scene* ini menekankan sisi superior Aruna dan teman-temanya terutama Bono. Bono yang notabene merupakan pendatang memposisikan dirinya lebih baik/tinggi

dibandingkan penduduk asli. *Bono memakai kemeja dengan kancing terbuka, melihat-lihat peralatan masak penjual nasi goreng pinggir jalan, tangan dikaitkan ke belakang, tubuh condong ke depan, dan tersenyum kecil* (Sr_2), merupakan isyarat tubuh yang berarti merasa berkuasa, merasa kedudukannya lebih tinggi daripada lawan bicaranya; *sedangkan Nad menatap Bono sambil tersenyum kecil* (Sr_2) mengisyaratkan senang atas apa yang telah dilihat. Praktik-praktik penandaan dalam adegan dengan latar nasi goreng pinggir jalan ini menunjukkan dominasi yang dipraktikan oleh Bono terhadap penjual nasi goreng. Konsep 'dominasi' diperkuat melalui tuturan, *pak, saya aja yang masak boleh gak?. Pacar saya, maunya saya masakin soalnya* (Sr_1). Kata *saya aja* dan *maunya*, menegaskan kekuasaan yang dimiliki oleh Bono.

- **Scene Pengkang**

Tabel 4. Tanda nonverbal dan verbal

Visual	**Audio**	
	Narasi	**Musik**
shot 10  *shot 10* *shot 11*	**Nad:** sayang ya bumbunya gak begitu terasa. Istilahnya ranum tapi belum matang, rasanya seperti belum maksimal. **Bono:** Kali ini gua gak setuju sama lo, menurut gue kentang sama ebi sambel kerang tu, otentik dan cerdas menurut gua. **Nad:** Ya gue gak bilang kalau sama sekali gak enak ya.	-

Sumber: Film *Aruna & Lidahnya*, 2018. *Timecode:* 01:03.20-01.03.43

Perjalanan kuliner Aruna dan teman-temannya berlanjut ke Pontianak. Mereka berkunjung ke tempat pembuatan pengkang. Adegan diawali dengan adegan saat Aruna, Nad dan Bono berada di dapur pembuatan pengkang, visualisasi dapur merujuk pada dapur dengan gaya tradisional, *meja terbuat dari kayu, dapur tidak sepenuhnya tertutup, tembok berwarna hitam, peralatan masak tampak hitam, beberapa bahan di letakkan di atas meja yang berantakan* (Sd_1).

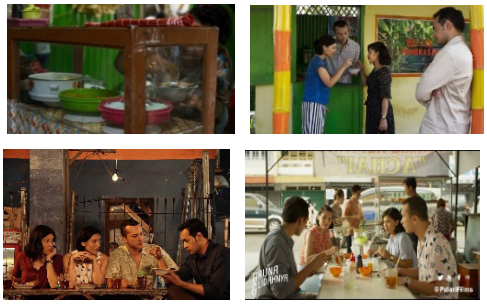
Adegan selanjutnya menampilkan Aruna, Bono dan Nad mulai mencicipi pengkang. Pada tahap konotasi, pada *shot* 10 meng*closeup* sebagai penekanan *ekspresi wajah, bibir tertutup rapat, gigi dikatupkan*, merupakan kode wajah yang mengisyaratkan perlawanan secara aktif

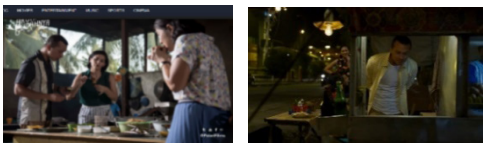
terhadap hal-hal yang tidak menyenangkan; *kedua alis ditarik kedalam sehingga ada kerutan vertikal di dahi dan mata disipitkan*, biasanya muncul ketika melakukan sesuatu yang membutuhkan konsentrasi atau perhatian; bersamaan dengan tuturan *sayang ya bumbunya gak begitu terasa. Istilahnya ranum tapi belum matang, rasanya seperti belum maksimal*, mengasosiasikan 'kekecewaan', 'tidak sesuai harapan', 'penolakan', menurut Nad rasa pengkang sangat disayangkan walaupun unik, otentik tetapi rasanya kurang maksimal.

Analisis Konotasi dan Mitos

Kuliner khas dari daerah di Indonesia yang terdapat dalam film *Aruna & Lidahnya* direpresentasikan sebagai kuliner pinggiran. Hingga saat ini, kuliner pingiran sering diidentikan sebagai kuliner kelas bawah. Kuliner pinggiran menjadi semacam hiburan bagi Aruna dan teman-temannya, pelarian dari kejenuhan kehidupan perkotaan. Pelarian dengan melakukan petualangan kuliner khas daerah yang berbeda dengan kuliner di tempat tinggal mereka yaitu Jakarta. Kuliner pinggiran melalui visual dan narasi yang ditampilkan pada hampir setiap sekuens kecuali sekuens Jakarta.

Gambar 1. Cuplikan adegan film





Sumber: Film *Aruna & Lidahnya,* 2018

Kode verbal maupun nonverbal pada serangkaian adegan di atas merujuk pada penanda kuliner pinggiran dan kelas bawah. Alasan kuliner tersebut dianggap kuliner kelas bawah tidak lepas dari pengaruh media dan berbagai wacana yang mengikutinya. Misalnya, wacana mengenai asal usul kuliner soto. Dahulu pada masa penjajahan Belanda, soto dilarang disajikan di untuk para bangsawan.

Hal ini dikarenakan penggunaan jeroan sebagai bahan utama dalam soto sehingga dinilai jorok dan tidak higienis. Penyajian babat dan jeroan dipilih sebagai alternatif dikarenakan harga daging kala itu sangat mahal. Hanya bangsa Belanda dan para bangsawan yang sanggup membeli daging. Maka dari itu, jeroan digunakan sebagai alternatif bagi kaum pribumi dan Tionghoa (Lestari, 2019). *Scene* soto Lamongan juga ditampilkan sebagai kuliner kelas bawah. Ada 2 adegan yang menampilkan soto Lamongan yaitu versi rumah makan dan versi buatan rumah. Di antara kedua soto tersebut, soto rumahan lah yang dianggap menarik, penyebabnya ialah ada kisah sedih ala masyarakat kelas bawah yang sengaja dihadirkan untuk menegaskan identitas kuliner pinggiran.

Banyaknya judul FTV maupun sinetron yang menyematkan nama kuliner Indonesia ke dalam judul mereka seolah-olah melegitimasi wacana mengenai makanan khas Indonesia yang sebagian besar berasal dari kelas bawah. Contoh judul FTV maupun sinetron Indonesia

yang mengambarkan kuliner kelas bawah: *Tukang Bubur Naik Haji, Rebutan Tukang Mie Ayam Ganteng, Soto Hati Mang Enak, Tukang Nasi Goreng jadi Kaya Raya*, dan sebagainya. Penggunaan kata "tukang" daripada "ahli" merujuk pada perbedaan kelas. Kata tukang merujuk pada pekerjaan kasar yang biasanya dilakukan oleh masyarakat kelas bawah, sedangkan ahli merujuk pada pekerjaan profesional dengan kualifikasi pendidikan tinggi.

Pengklasifikasian kuliner khas daerah sebagai kuliner kelas bawah tampaknya tidak lepas dari pengaruh wacana kolonial yang pada saat itu menganggap makanan Eropa (pihak superior) lebih unggul dari makanan Indonesia (pihak inferior). Walaupun Indonesia sudah lama merdeka akan tetapi mental kolonial masih tertanam dengan kuat pada segabian bangsa Indonesia. Semua ini bisa dilihat di film *Aruna & Lidahnya,* para tokoh utama yang merupakan masyarakat Jakarta dengan kelas sosial menengah atas, menganggap diri mereka lebih unggul dalam segala bidang termasuk kuliner dibandingkan dengan daerah lain di Indonesia.

Sehingga membuat Aruna dan teman-temannya beranggapan bahwa kuliner daerah lain sebagai kuliner pinggiran yang biasanya diidentikan dengan kuliner kelas bawah. Seperti halnya saat zaman kolonial, pihak yang superior menginferiorkan pihak lain yang dianggap memiliki kedudukan lebih rendah dibandingkan dirinya.

KESIMPULAN

Penelitian ini membahas representasi kuliner Indonesia dalam film *Aruna & Lidahnya*. Film ini yang mengangkat isu tentang keanekaragaman kuliner Indonesia yang bertujuan untuk mereproduksi pengetahuan tentang makanan khas dan kekayaan budaya Indonesia. Beberapa adegan dalam film ini, menampakkan hal sebaliknya, memunculkan pengetahuan baru tentang makanan khas di beberapa daerah di Indonesia sebagai makanan pinggiran yang berasal dari kelas bawah.

Jikalaupun, kuliner khas tersebut ingin naik kelas maka orang Jakarta lah yang melakukannya. Dalam proses 'menaikkan kelas' kuliner daerah tersebut akan mengalami modifikasi. Modifikasi dilakukan karena bagi Aruna dan teman-temannya, kuliner daerah merupakan hal asing dan dianggap sebagai *liyan,* selama perjumpaanya dengan *liyan¸* mereka menilai beberapa kulineryang mereka jumpai tidak sesuai dengan standar kuliner Jakarta.

Maka, dilakukanlah klasifikasi dan modifikasi untuk menghilangkan keanehan, memfamiliarkan yang asing serta sebagai bentuk pertahanan diri terhadap sesuatu yang asing, yang belum diketahui. Petualangan kuliner yang dilakukan oleh Aruna dan teman-temannya bersifat ambivalensi. Mereka mengagumi kuliner khas beberapa daerah di Indonesia, tetapi di sisi lain mereka menganggap kuliner khas tersebut cenderung jauh dari modernitas dan kurang higenis.

Film *Aruna & Lidahnya* mereproduksi serta melanggengkan mitos terkait stereotipe terhadap orang Jakarta yang dipandang lebih superior di beberapa bidang termasuk dibidang kuliner. Menginferiorkan kuliner dari daerah lain diluar Jakarta. Hal ini tampak pada *scene* kuliner daerah lain yang direpresentasikan sebagai kuliner

pinggiran yang diidentikkan dengan kuliner kelas bawah.

DAFTAR PUSTAKA

Barker, C. (2004). *The SAGE Encyclopedia of Cultural Studies*. London: SAGE Publications.

Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices (Culture, Media and Identities Series)* (Stuart hall, ed.). London: SAGE Publications.

https://diffsense.com. (n.d.). The difference between Cuisine and Culinary art. Retrieved from https://diffsense.com/diff/cuisine/culinary art

Lestari, M. (2019). Dulu Dianggap Jorok dan Makanan Kelas Bawah, Kini Soto Jadi Makanan Favorit di Indonesia. Retrieved from https://faktualnews.co/2019/01/26/dulu-dianggap-jorok-dan-makanan-kelas-bawah-kini-soto-jadi-makanan-favorit-di-indonesia/120436/

Monaco, J. (2009). *How To Read A Film* (4th ed.). New York: Oxford University Press, Inc.

Pratama, G., & Wenerda, I. (2020). Representasi Budaya Indonesia dan Vietnam Dalam Iklan Go-Internasional 2018. *ETTISAL : Journal of Communication*, *5*(1). https://doi.org/10.21111/ejoc.v5i1.3646

Ramadhani, Y. (2018). Sinopsis Aruna dan Lidahnya , Film Baru Dian Sastro-Nicholas Saputra. Retrieved from https://tirto.id/sinopsis-aruna-dan-lidahnya-film-baru-dian-sastro-nicholas-saputra-c245

Rose, G. (2016). *Visual Methodologies - An Intoduction to Researching with Visual Materials* (4th ed.). London: SAGE Publications.

Strinati, D. (2016). *Popular culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Narasi.

Turner, G. (2012). Film as social practice, fourth edition. In *Film as Social Practice, Fourth Edition* (3rd ed.). https://doi.org/10.4324/9780203825198

Wibowo, G. (2019). Representasi Perempuan dalam Film Siti. *ETTISAL : Journal of Communication*, *3*(1), 47. https://doi.org/10.31000/nyimak.v3i1.1219

Edwin. (2018). *Aruna & Lidahnya* [Film]. Indonesia: Palari Films.

Vol. 6, No.2, Desember 2021

Available at:
https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/ettisal
http://dx.doi.org/10.21111/ejoc.v6i1.6619

ETTISAL
JOURNAL OF COMMUNICATION
P-ISSN 2503-1880
E-ISSN 2599-3240

Metode Utama Komunikasi Pemasaran Atraksi Wisata Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

Taufik R. Talalu[1], Citra Fransisca Indah Lestari Dano Putri[2],
dan Ibnuh Vanli Mokodompit[3]

[1]Institut Agama Islam Negeri Sultan Amai Gorontalo,
[2, 3]Universitas Negeri Gorontalo,
[1] Jalan Gelatik No.1 Kota Gorontalo, 96135, Indonesia
[2,3]Jalan Jendral Sudirman No. 6 Kota Gorontalo, 96128, Indonesia
[1]trtalalu@iaingorontalo.ac.id, [2]dp_citra@ung.ac.id, [3]fanlimokodompit1996@gmail.com

Abstrak

Unit usaha "Kolam Renang Nagara" yang dikelola BUMDes "Go Inovasi" dibangun pada tahun 2019 dan mulai beroperasi sejak pertengahan tahun 2020 di tengah wabah Covid-19. Pembangunan atraksi wisata di Desa Nagara diharapkan mampu membangkitkan ekonomi masyarakat sekitar. Promosi dibutuhkan agar "Kolam Renang Nagara" dapat dikenal luas dan dikunjungi wisatawan, sehingga kebangkitan ekonomi masyarakat bisa terwujud. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan corak promosi dan kendala yang dihadapi BUMDes "Go Inovasi". Data primer yang dikumpulkan melalui wawancara dan data sekunder yang bersumber dari internet, dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Digital marketing* merupakan metode komunikasi pemasaran atraksi wisata. Kemudian, media sosial yang menjadi saluran promosi adalah *Facebook* dan *Instagram*, namun, promosi lebih aktif dilakukan melalui *Facebook*. Metode promosi dirumuskan dengan memperhatikan khalayak sasaran, tujuan, pesan, media, sumber pesan, dan biaya. Sedangkan masih terdapat keterbatasan akses jaringan internet, belum memadainya perlengkapan penunjang promosi, dan belum tersedianya sumber daya manusia yang menguasai promosi pariwisata merupakan kendala dalam penerapan *digital marketing.*

Kata-kata Kunci: BUMDes, Digital Marketing; Komunikasi Pemasaran; Pariwisata;

Diterima : 29-02-2021 Disetujui : 18-12-2021 Dipublikasikan : 30-12-2021

Key Method of Marketing Communication for Tourist Attraction of Village-Owned Enterprises (BUMDes)

Abstract

"Kolam Renang Nagara" as a business unit managed by BUMDes "Go Inovasi" was established in 2019 and opened for the public in the middle of 2020 or in the midst of the covid-19 pandemic. The development of tourist attraction in Nagara Village is expected to grow community's economic. In addition, promotion is required so that "Kolam Renang Nagara" can be known widely and attract many tourists so that it eventually grows the community's economic. This current research aims to describe promotion pattern and obstacles encountered by BUMDes Go Inovasi. The data used are primary data collected through interview and secondary data obtained from internet. The data are then analyzed by using stages of data reduction, data display, and conclusion drawing. The research findings indicate that: 1) digital marketing is the marketing communication method used in this tourist attraction; 2) the social media used as promotion channel are Facebook and Instagram, however, Facebook is the one that is frequently used; 3) the promotion method is formulated by paying attention to target, goal, message, media, source of message, and cost; and 4) the limited internet network access, inadequate supporting equipment for promotion, and unavailability of human resources who master tourism promotion are obstacles in the application of digital marketing.

Keywords: *Digital Marketing; Marketing Communication; Tourism; BUMDes*

PENDAHULUAN

Unit usaha kolam renang yang dibangun di dataran tinggi Desa Nagara menjadikan "Go Inovasi" sebagai satu-satunya Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara yang fokus pada usaha atraksi wisata buatan. Dari total seratus enam desa di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara, Nagara menjadi salah satu dari dua puluh dua desa yang ditetapkan pemerintah sebagai desa wisata (Muhtar, 2020). Air kolam yang bersumber dari mata air pegunungan dan suasana alam yang teduh menjadi nilai tambah atraksi wisata ini (Fadlan, 2020). Menurut Hidayah et al. (2020) potensi wisata yang ada sudah sepatutnya dikembangkan demi pemberdayaan ekonomi masyarakat dengan melibatkan peran BUMDes dan pemerintah desa. BUMDes adalah lembaga usaha desa yang dibentuk berdasarkan kebutuhan dan potensi desa serta dikelola masyarakat dan pemerintah desa untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat (Fitria, 2020).

Promosi penting dilakukan sebab sektor pariwisata terus mengalami perkembangan pesat dengan tingkat persaingan yang semakin ketat (Rachmayanti & Nofharina, 2018). Merujuk pada gagasan ini, maka BUMDes "Go Inovasi" sebagai pengelola unit usaha yang bergerak pada sektor pariwisata, tidak boleh abai terhadap urgensi promosi. Promosi yang efektif terbukti mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan (Wolah, 2016). Menurut Kotler dan Amstrong,

strategi promosi yang efektif bisa dicapai dengan memperhatikan khalayak sasaran, tujuan, pesan, media, sumber pesan, dan biaya promosi (Rachmayanti & Nofharina, 2018).

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan "Kolam Renang Nagara" tentu saja akan berdampak pada ekonomi masyarakat setempat. Hal ini bisa direalisasikan dengan promosi melalui media yang tepat guna. Argumentasi ini mengacu pada hasil penelitian Lontoh et al. (2020) bahwa penggunaan *Instagram*, *Facebook*, *Youtube*, Wikipedia, dan Google sebagai media promosi berdampak pada peningkatan angka kunjungan wisatawan Danau Linow *Resort and Restaurant.* Temuan penelitian lainnya menunjukkan, jumlah wisatawan Situ Gede Kota Tasikmalaya bisa ditingkatkan dengan *advertising, dircet marketing,* promosi penjualan, penjulan personal, pemasaran interaktif, dan hubungan masyarakat, sebagai strategi promosi (Priantana & Santoso, 2019). Berbagai komponen bauran promosi yang nampak pada temuan penelitian sebelumnya, berkaitan erat dengan media, salah satu unsur penting mewujudkan strategi promosi yang efektif.

BUMDes dan pengembangan potensi wisata merupakan tema yang jamak diulas pada artikel-artikel sebelum ini. Pratiwi & Novianty (2020) membahas tentang digitalsasi BUMDes sebagai salah satu aktifitas dalam strategi mepertahankan bisnis BUMDes di era pandemi. Digitalisasi BUMDEs dapat dilakukan dengan mengkomunikasikan profil dan produk BUMDes melalui media sosial seperti *WhatsApp, Facebook*, dan *Instagram*. Artikel lainnya mengulas tentang BUMDes sebagai penggerak ekonomi desa, edukasi pemanfaatan internet sebagai sarana promosi, dan peningkatan gairah berwirausaha (Sidik, 2020).

Di Kabupaten Klaten, BUMDes menjadikan media sosial sebagai bagian dari strategi utama promosi objek wisata Tirta Sinongko (Prastiani & Pratiwi, 2020). Artikel lainnya mengupas tentang pengembangan pariwisata yang melibatkan peran BUMDes dan dampaknya terhadap pengurangan angka pengangguran dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (Sari & Nabella, 2021). Ada pula ulasan mengenai pemanfaatan media sosial oleh pengurus BUMDes sebagai sarana memasarkan potensi desa, yang merupakan realisasi dari strategi *digital marketing* (Wijayatri et al., 2021).

Artikel ini ditulis dengan tujuan mendapatkan gambaran lengkap mengenai corak promosi unit usaha kolam renang BUMDes "Go Inovasi". Pertanyaan tentang bagaimana bentuk promosi unit usaha kolam renang BUMDes "Go Inovasi" akan menjadi fokus pembahasan artikel ini. Temuan penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kajian-kajian sebelumnya mengenai komunikasi pemasaran (promosi) pariwisata dan pengembangan BUMDes yang berorientasi pada sektor pariwisata.

METODE PENELITIAN

Data didapatkan melalui proses penelitian kualitatif. Data primer diperoleh melalui serangkaian wawancara dengan informan. Data sekunder dikumpulkan

dari berita-berita media di internet. Semua hasil data ini menggambarkan metode dan kendala promosi unit usaha kolam renang yang dilakukan BUMDes "Go Inovasi".

Tabel 1 menampilkan informan yang telah diwawancarai untuk menggali informasi tentang metode dan kendala promosi unit usaha "Kolam Renang Nagara".

Tabel 1 Informan Penelitian

Informan	Keterangan
AN – I.1	Kepala Desa Nagara
VS – I.2	Ketua BUMDes "Go Inovasi"
SS – I.3	Bendahara BUMDes "Go Inovasi"
AM – I.4	Kepala Unit Usaha "Kolam Renang Nagara"
MR – I.5	Wisatawan
RG – I.6	Wisatawan

Sumber: Olahan Peneliti

Wawancara terhadap informan yang ditunjukkan pada tabel 1 dilakukan menggunakan bentuk wawancara semi terstruktur agar pertanyaan dan jawaban lebih fleksibel serta terarah. Pertanyaan yang diajukan kepada informan adalah pertanyaan terbuka untuk mendapatkan jawaban yang mendalam mengenai metode dan kendala promosi unit usaha "Kolam Renang Nagara".

Data dianalisis menggunakan teknik analisis data dengan model interaktif Miles & Huberman yang terdiri dari tahapan pengumpulan data, reduksi data, *display* data, dan penarikan kesimpulan (Herdiansyah, 2014). Data yang sudah dikumpulkan dipilih dan dipetakan berdasarkan tema-tema yang merujuk pada fokus penelitian. Selanjutnya, data ditampilkan dalam bentuk tabel yang dilengkapi dengan kutipan-kutipan narasi untuk kemudian disimpulkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

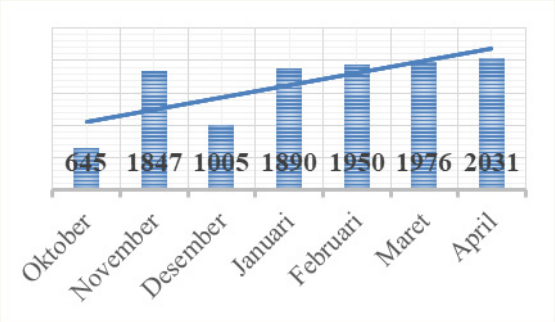
Rencana pembangunan dan pengembangan unit usaha kolam renang BUMDes "Go Inovasi" sudah dimulai sejak tahun 2019. "Kolam Renang Nagara" diresmikan oleh Camat Bolangitang Timur pada awal bulan Oktober tahun 2020 (Infobmr.com, 2020). Unit usaha ini diharapkan bisa menjadi atraksi wisata populer di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara dan mampu menjadi penggerak roda perekonomian masyarakat Desa Nagara. Sebagai atraksi wisata baru, dibutuhkan promosi yang efektif agar harapan masyarakat dan pemerintah desa bisa menjadi kenyataan.

BUMDes "Go Inovasi" merencanakan metode promosi yang bisa menjangkau banyak orang, tidak hanya di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara, tetapi juga di wilayah lain di Provinsi Sulawesi Utara dan Provinsi Gorontalo. Pesan-pesan yang dikemas sedemikian rupa melalui *Facebook* dan *Instagram* diharapkan bisa menjangkau khalayak sasaran ini dan menggerakkan mereka mengunjungi "Kolam Renang Nagara". Promosi dilakukan melalui *Facebook* dan *Instagram* sebab tidak membutuhkan biaya seperti halnya melakukan promosi melalui koran, radio, dan televisi. Temuan penelitian ini mengkonfirmasi bahwa gagasan Kotler

dan Amstrong mengenai aspek-aspek penting dalam strategi promosi yang efektif berlaku pula dalam perumusan metode promosi unit usaha kolam renang BUMDes "Go Inovasi". Dengan demikian, strategi promosi yang ampuh dapat ditentukan dengan memperhitungkan khalayak sasaran, tujuan, pesan, media, sumber pesan, dan biaya promosi.

Gambar 1 menampilkan data mengenai jumlah kunjungan wisatawan unit usaha kolam renang BUMDes "Go Inovasi" sejak Oktober 2020 sampai April 2021.

Gambar 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan "Kolam Renang Nagara" (Oktober 2020 – April 2021)



Sumber: BUMDes "Go Inovasi"

Data pada gambar 1 mengindikasikan tren peningkatan jumlah kunjungan wisatawan sejak Oktober tahun 2020 sampai April tahun 2021. Unit usaha ini dikunjungi oleh 645 wisatawan pada Oktober 2020, naik menjadi 1847 pada November, dan turun menjadi 1005 wisatawan pada Desember. Selanjutnya, pada bulan Januari 2021 tercatat 1890 wisatawan yang mengunjungi unit usaha ini, Februari naik menjadi 1950, Maret menjadi 1976, dan naik lagi pada April menjadi 2031 wisatawan. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ini mengisyaratkan efektifitas metode promosi yang dijalankan BUMDes "Go Inovasi" selama ini. Data lainnya menunjukkan, dari dua puluh atraksi wisata, "Kolam Renang Nagara" menjadi atraksi wisata dengan kunjungan wisatawan terbanyak ketiga di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara (Mamonto, 2021).

BUMDes "Go Inovasi" menitikberatkan promosi unit usaha kolam renang melalui *Facebook* dan *Instagram* yang notabene internet. Promosi tanpa internet dinomorsekiankan sebab berbiaya tinggi dan tidak efektif. Menurut Puspawati & Ristanto (2018), inilah kelemahan promosi wisata menggunakan media konvensional seperti selebaran, *booklet*, dan iklan media cetak. Biayanya cenderung besar dan hasil kurang efektif, sebab promosi hanya bersifat satu arah. Menurut Tjiptono (2015) elemen biaya merupakan hal yang penting diperhatikan dalam memutuskan pilihan media promosi.

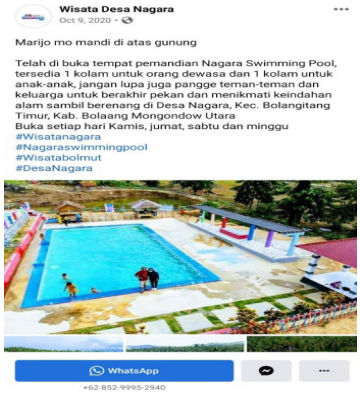
Biaya bukanlah satu-satunya alasan BUMDes "Go Inovasi" memusatkan promosi melalui internet, melainkan juga penyelarasan dengan kondisi masa kini yang serba internet. Senada dengan temuan ini, Tahir et al., (2021) berpandangan bahwa strategi promosi harus senantiasa disesuaikan dengan perkembangan zaman yang saat ini berbasis digital. Menurutnya, promosi pariwisata melalui internet dapat dilakukan dengan memanfaatkan website, *Youtube*, dan media sosial. Selain itu, sebagai aspek utama dan paling dibutuhkan dalam dunia kepariwisataan, promosi membutuhkan sumber daya manusia (SDM) yang berkompeten serta fasilitas

teknologi informasi dan komunikasi yang memadai. Pekerjaan rumah bagi BUMDes "Go Inovasi" adalah pelibatan SDM yang piawai internet sekaligus lihai promosi demi keberhasilan unit usaha kolam renang yang sedang dirintis. Hasil penelitian ini sejalan pula dengan temuan penelitian lainnya, bahwa media sosial dimanfaatkan sebagai media promosi pariwisata sebab penggunaannya mudah, jangkuannya sangat luas, dan hemat biaya (Lontoh et al., 2020).

Yang tidak kalah penting adalah media sosial yang dipilih sebagai kanal promosi harus disesuaikan dengan khalayak sasaran. Itulah sebabnya, promosi yang dilakukan BUMDes "Go Inovasi" hanya dikonsentrasikan pada *Facebook* dan *Instagram* saja. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan melalui *Facebook* jauh lebih masif dibandingkan *Instagram*. Promosi melalui LinkedIn, Twitter, dan jenis media sosial lainnya tidak dilakukan sebab dipandang tidak relevan dengan khalayak sasaran. Menurut Yuristiadhi & Sari (2017) media sosial yang semakin beragam dapat dimanfaatkan sebagai media publikasi pariwisata. Namun, perlu disesuaikan dengan pasar target wisatawan.

Gambar 2 memperlihatkan data mengenai informasi "Kolam Renang Nagara" pada salah satu saluran promosi, yakni *Facebook* "Wisata Desa Nagara". Kanal promosi lainnya adalah *Instagram "nagara_swimmingpool"*, *Facebook* "DESA Nagara", *Facebook "Nagara Swimming Pool"*, dan *Facebook* milik para pengelola BUMDes serta aparat desa.

Gambar 2 Informasi "Kolam Renang Nagara" di *Facebook*


Wisata Desa Nagara
Oct 9, 2020
Marijo mo mandi di atas gunung
Telah di buka tempat pemandian Nagara Swimming Pool, tersedia 1 kolam untuk orang dewasa dan 1 kolam untuk anak-anak, jangan lupa juga pangge teman-teman dan keluarga untuk berakhir pekan dan menikmati keindahan alam sambil berenang di Desa Nagara, Kec. Bolangitang Timur, Kab. Bolaang Mongondow Utara
Buka setiap hari Kamis, jumat, sabtu dan minggu
#Wisatanagara
#Nagaraswimmingpool
#Wisatabolmut
#DesaNagara
WhatsApp
+62 852-9995-2940

Sumber: Facebook "Wisata Desa Nagara"

Data pada gambar 2 menunjukkan informasi mengenai "Kolam Renang Nagara" di *Facebook*. Pengelola BUMDes "Go Inovasi" berupaya agar pesan yang disampaikan kepada khalayak sasaran adalah informasi yang jelas dan memikat hati. Kejelasan informasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi media sosial sebagai media promosi wisata. Itu sebabnya, informasi mengenai atraksi wisata yang disampaikan melalui media sosial harus jelas dan menarik (Oktaviani & Fatchiya, 2019). Menurut Retnasary et al. (2019) konten media sosial untuk promosi pariwisata seharusnya dikelola secara baik. Selain itu, kesuksesan promosi sangat tergantung pada seberapa bagus konten yang ditujukan untuk menjangkau calon pembeli dalam segmen pasar sasaran (Tjiptono, 2015).

Machfoedz (2010) berpendapat bahwa dua jenis pesan yang dapat digunakan untuk menarik konsumen adalah pesan informasional (rasional) dan pesan transformasional (emosional). Pesan informasional adalah pesan yang berisi informasi rinci tentang produk. Sedangkan

pesan transformasional adalah pesan yang dikemas untuk menciptakan daya tarik emosional pada produk yang ditawarkan. Data pada gambar 2 menunjukkan bahwa BUMDes "Go Inovasi" memadukan antara pesan rasional dengan pesan emosinal untuk menarik calon wisatawan. Dengan demikian, informasi atau pesan yang menjadi konten promosi di media sosial seharusnya diatur sedemikian rupa dan tidak boleh asal-asalan.

Promosi atraksi wisata di Desa Nagara sama halnya dengan promosi Desa Nagara sebagai destinasi wisata. Menurut Avinda et al., (2016), faktor-faktor yang dapat mendukung promosi destinasi wisata adalah keanekaragaman alam dan kekayaan seni budaya, *support* pemerintah dalam bentuk pembukaan akses masuk dan keberadaan sarana penunjung pariwisata, kerjasama dengan *stakeholder* dalam wujud penyelenggaran berbagai *event* pariwisata, pemanfaatan teknologi dan informasi khususnya media sosial, dan pembangunan serta perbaikan infrastruktur. Secara umum, faktor-faktor pendukung yang telah dikemukakan di atas dapat dijumpai di Desa Nagara.

Mencermati berbagai penjelasan temuan penelitian di atas, dapat diketahui bahwa *digital marketing* menjadi satu-satunya metode promosi yang dijalankan oleh BUMDes "Go Inovasi". Dibandingkan dengan cara-cara tradisional, *digital marketing* jauh lebih cepat, praktis, dan serbaguna. *Social media marketing* merupakan salah satu bentuk *digital marketing* yang umumnya diaplikasikan dalam dunia usaha. Yang dimaksud dengan *social media marketing* adalah penggunaan media sosial seperti *Facebook*, LinkedIn, dan Twitter sebagai kanal pemasaran (Talikoti, 2019). Yang tidak boleh diabaikan dalam *digital marketing* pariwisata adalah konten media sosial yang senantiasa dikelola dengan baik (Retnasary et al., 2019). *Digital marketing* adalah strategi paling kontemporer dalam promosi. Hal ini terbukti dengan banyaknya pelaku pemasaran yang terus mewujudkan inovasi baru dalam beriklan melalui *Facebook* atau Twitter (Zaenal et al., 2020).

"Kolam Renang Nagara" yang dibangun dan dioperasikan di tengah pandemi Covid-19 seharusnya dapat terus bertahan dan berdaya guna bagi masyarakat sekitar dengan modal *digital marketing* sebagai metode promosi. Menurut Talalu (2020) pelaku usaha dapat memanfaatkan *digital marketing* untuk meningkatan penjualan dan mempertahankan bisnis pada situasi pandemi. Keberhasilan *digital marketing* yang notabene internet ini, tidak bisa dilepaskan dari integrasi dengan saluran komunikasi pemasaran yang lain, seperti media cetak dan televisi (Perdana, 2020). Urgensi saluran komunikasi nampak pada masuknya faktor ini sebagai salah satu tahapan pokok dalam pengembangan komunikasi pemasaran yang efektif (Tjiptono, 2015).

Keterbatasan jaringan internet di Desa Nagara adalah tantangan BUMDes "Go Inovasi" dalam penerapan *digital marketing.* Tantangan lainnya adalah belum adanya perlalatan pendukung yang memadai seperti kamera dan komputer untuk mengemas konten-konten promosi secara

lebih baik dan kreatif. Belum adanya SDM yang secara khusus menekuni promosi pariwisata juga menjadi tantangan tersendiri bagi BUMDes "Go Inovasi". Kurangnya jumlah SDM pariwisata merupakan salah satu faktor yang dapat menghambat promosi pariwisata (Avinda et al., 2016). Selain SDM, kendala promosi pariwisata lainnya adalah teknologi informasi dan komunikasi, serta sarana dan prasarana (Puspawati & Ristanto, 2018). Minimnya anggaran promosi pariwisata juga menjadi penghambat. Hambatan-hambatan ini dapat diatasi dengan menjalin komunikasi dan kerja sama dengan berbagai pihak seperti instansi atau lembaga pemerintah dan swasta. (Zaenal et al., 2020). Sejauh ini pengembangan unit usaha "Kolam Renang Nagara" telah melibatkan *stakeholder* seperti Dinas Pariwisata Kabupaten Bolaang Mongondow Utara, dan komunitas masyarakat yang peduli dengan pengembangan "Kolam Renang Nagara", atraksi wisata baru di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara.

KESIMPULAN

Meskipun "Kolam Renang Nagara" dibangun dan ditata dengan sangat elok, tidak akan ada artinya bagi perekonomian masyarakat setempat bila tidak ada kunjungan wistawan. Promosi dilakukan dengan tujuan agar atraksi wisata dikenal luas dan dikunjungi. BUMDes "Go Inovasi" menentukan *digital marketing* sebagai metode promosi dengan memperhatikan khalayak sasaran, tujuan, pesan, media, sumber pesan, dan biaya. Keterbatasan akses jaringan internet dan minimnya perlengkapan penunjang serta SDM promosi menjadi kendala dalam pengaplikasian *digital marketing.*

DAFTAR PUSTAKA

Avinda, C. B., Sudiarta, I. N., & Karini, N. M. O. (2016). Strategi Promosi Banyuwangi Sebagai Destinasi Wisata (Studi Kasus pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata). *Jurnal IPTA*, *4*(1), 55–60. https://doi.org/10.24843/IPTA.2016.v04.i01.p10

Fadlan, F. (2020). *Nagara* Kolam renang *Tawarkan Sensasi Berenang Diatas Gunung*. https://www.sulut24.com/2020/07/nagara-swimming-pool-tawarkan-sensasi.html

Fitria, F. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). *Adl Islamic Economic: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, *1*(1), 13–28. http://ejournal.steialfurqon.ac.id/index.php/adl/article/view/4

Herdiansyah, H. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Salemba Humanika.

Hidayah, U., Mulatsih, S., & Purnamadewi, Y. L. (2020). Optimalisasi Unit Usaha Bumdes Harapan Jaya Berdasarkan Potensi Lokal di Desa Pagelaran. *Jurnal Benefita*, *5*(1), 101–112. https://doi.org/10.22216/jbe.v5i1.4274

Infobmr.com. (2020). *Camat Bolangitang Timur Resmikan* Kolam renang *Desa Nagara*. https://www.infobmr.com/bmr/bolmut/camat-bolangitang-

timur-resmikan-kolam-renang-desa-nagara/

Lontoh, J. K., Tumbel, A. L., & Kawet, R. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA*, *8*(4), 11–20. https://doi.org/10.35794/emba.v8i4.30435

Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern: Acuan Wajib Mahasiswa & Profesional.* Cakra Ilmu.

Mamonto, F. (2021). *Air dan wisata kolam pemandian Nagara, urutan ke tiga kunjungan wisatawan di Bolmut*. https://torangpeberita.com/2021/02/07/air-dan-wisata-kolam-pemandian-nagara-urutan-ke-tiga-kunjungan-wisatawan-di-bolmut/?fbclid=IwAR3JXSM0LQbmwZ94qESjemGOWDmAIWMNI5j26aUsyJ5jwXZtLpCJTPlg9ig

Muhtar, F. (2020). *22 Desa di Bolmut Ditetapkan Sebagai Desa Wisata*. https://beritamanado.com/22-desa-di-bolmut-ditetapkan-sebagai-desa-wisata/

Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, *17*(1), 13–27. https://doi.org/10.46937/17201926586

Perdana, D. A. (2020). Marketing Produk pada Masa Pandemi Covid-19: Tantangan dan Peluang di Indonesia. In *Telisik Seputar Covid-19 (Percikan Pemikiran Dosen Muda IAIN Sultan Amai Gorontalo)* (pp. 187–201). Penerbit Insan Cendekia Mandiri.

Prastiani, N., & Pratiwi, R. Z. B. (2020). Promosi dan Pemasaran Pariwisata Objek Wisata Tirta Sinongko Dalam Upaya Menarik Wisatawan. *PRofesi Humas*, *5*(1), 38–57. https://doi.org/10.24198/prh.v5i1.21311

Pratiwi, M. B., & Novianty, I. (2020). Strategi Bertahan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam Pandemi COVID-19 pada Desa Cibodas Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat. *Prosiding 11th Industrial Research Workshop and National Seminar (IRWNS)*, *11*(1), 1098–1104. https://doi.org/10.35313/irwns.v11i1.2170

Priantana, A. P., & Santoso, E. (2019). Strategi Promosi Objek Wisata Alam Situ Gede Kota Tasikmalaya. *Jurnal Komunikasi Global*, *8*(1), 104–115. https://doi.org/10.24815/jkg.v8i1.13586

Puspawati, D. P. H., & Ristanto. (2018). Strategi Promosi Digital Untuk Pengembangan Pariwisata Kota Magelang. *Jurnal Jendela Inovasi Daerah*, *1*(2), 1–20. http://jurnal.magelangkota.go.id/index.php/cendelainovasi/article/view/14

Rachmayanti, M., & Nofharina. (2018). Analisis Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata (Studi Kasus pada Pariwisata Kabupaten Purwakarta). *EProceedings of Management*, *5*(1), 1259–1274. https://openlibrarypublications.

telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/6196/6175

Retnasary, M., Setiawati, S. D., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, *1*(1), 76–83. http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/JIIP/article/view/130

Sari, K., & Nabella, R. S. (2021). Potensi Lokal dan Pengembangan Desa Wisata Melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDES): Studi Desa Wisata Pujon Kidul, Kabupaten Malang. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan*, *1*(2), 109–114. http://conference.um.ac.id/index.php/esp/article/view/596

Sidik, H. (2020). Meningkatkan Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Sebagai Penggerak Ekonomi Pedesaan di Desa Langensari. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(1), 21–30. http://jurnal.unpad.ac.id/pkm/article/view/26518

Tahir, Y. D., Kiyai, B., & Dengo, S. (2021). Strategi Promosi Pariwisata Bunga di Kota Tomohon. *Jurnal Administrasi Publik*, *7*(102), 69–78. https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/JAP/article/view/33308

Talalu, T. R. (2020). Digital Marketing: Solusi Bertahan Bagi Industri Kecil Menengah (IKM) pada Masa Pandemi Covid-19. In *Telisik Seputar Covid-19 (Percikan Pemikiran Dosen Muda IAIN Sultan Amai Gorontalo)* (pp. 137–150). Penerbit Insan Cendekia Mandiri.

Talikoti, S. C. (2019). Digital Marketing: The Vital Vitamin for The Future Marketing. *Proceedings of 10th International Conference on Digital Strategies for Organizational Success*, 1122–1132. https://doi.org/10.2139/ssrn.3323462

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Penerbit ANDI.

Wijayatri, R., Lestari, L., Benita, I. A., Narizki, M. J., & Octavianto, P. W. (2021). Strategi Digital Marketing dan Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata Herbal di Desa Growong. *Community Empowerment*, *6*(3), 486–491. https://doi.org/10.31603/ce.4314

Wolah, F. F. C. (2016). Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Poso. *Acta Diurna Komunikasi*, *5*(2). https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/11722

Yuristiadhi, G., & Sari, S. D. L. (2017). Strategi Branding Pariwisata Indonesia Untuk Pemasaran Mancanegara. *ETTISAL Journal of Communication*, *2*(2), 31–41. https://doi.org/10.21111/ettisal.v2i2.1265

Zaenal, A. Z., Kamase, J., & Serang, S. (2020). Analisis Digital Marketing dan Word of Mouth Sebagai Strategi Promosi Pariwisata. *Tata Kelola*, *7*(1), 62–77. https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i1.98

Vol. 6, No.2, Desember 2021

Available at:
https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/ettisal
http://dx.doi.org/10.21111/ejoc.v6i1.7013

ETTISAL
JOURNAL OF COMMUNICATION
P-ISSN 2503-1880
E-ISSN 2599-3240

From The Tweets to Street: The Production of #GejayanMemanggil Movement Discourses and Frames

Rizki Ramadhani Nasution
Universitas Sumatera Utara
Jalan Dr T Mansur No 9 Padang Bulan, Medan Tuntungan, Kota Medan, Sumatera Utara, 20155, Indonesia
ramadhani.nst@gmail.com

Abstract

On September 23, 2019, the people of Yogyakarta gathered to respond to the call for protest echoed by People Movement Alliance (Aliansi Rakyat Bergerak) on social media through the hashtag #GejayanMemanggil (Gejayan Calling). At least 5000 people had joined in the protest and successfully circulated the demands to the public through social media, making the hashtag the largest social protest in Yogyakarta after the reformation era. Instead of explaining the importance of the role of social media on social movements, this article focuses on how movement discourse is shaped, collective identities and ideological enemies are constructed, demand is invoked, and calls to action are articulated. The qualitative method with social movement framing analysis was employed to examine the meaning of the discourse and framing of the people in the protest movement. The data in this article were retrieved from interviews with the protesters, online observation and desk research. The results indicate that the hashtag produced a set of frames, covering two main orders of discourse – the marginalization of civilians from the decision-making process and the distribution of material focusing merely on some elites. The author contends that the hashtag acts as an inclusive, flexible and leaderless movement.

Keywords: *Framing; #Gejayanmemanggil; Social Media; Social Movement.*

Submitted : 01-12-2021 Accepted : 17-12-2021 Published : 30-12-2021

Dari Cuitan Ke Jalanan: Produksi Diskursus dan Pembingkaian Gerakan #GejayanMemanggil

Abstrak

Pada tanggal 23 September 2019, ribuan masyarakat Yogyakarta berkumpul menjawab panggilan keresahan yang digaungkan oleh aktivis Aliansi Rakyat Bergerak (ARB) di media sosial melalui tagar (#) "Gejayan Memanggil". Setidaknya 5000 orang telah bergabung dalam aliansi dan telah berhasil menyebarkan tuntutan aksi kepada masyarakat melalui media sosial, membuat Gejayan Memanggil menjadi aksi demonstrasi terbesar di Yogyakarta setelah era reformasi. Alih-alih membahas pentingnya peran media sosial pada gerakan sosial, artikel ini berfokus pada bagaimana gerakan dibingkai, wacana serta identitas kolektif dibentuk dan bagaimana musuh ideologis gerakan dikonstruksi sehingga dapat menarik simpati para pendukung. Metode kualitatif dengan pendekatan analisis framing gerakan sosial digunakan untuk mengkaji bagaimana aktor-aktor gerakan Gejayan Memanggil memproduksi makna melalui wacana dan bingkai. Pengumpulan data melalui serangkaian observasi, wawancara dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gejayan Memanggil menghasilkan serangkaian pembingkaian yang berkaitan dengan 2 diskursus utama; marginalisasi masyarakat sipil dari proses pengambilan keputusan dan distribusi materi yang hanya terkonsentrasi pada beberapa kelompok (elite). Penulis berpendapat bahwa Gejayan Memanggil sebagai gerakan yang inklusif, cair, dan menerapkan prinsip kepemimpinan leaderless movement (tidak ada figur yang dominan).

Keywords: *Pembingkaian, Gejayan Memanggil; Media Sosial; Gerakan Sosial.*

INTRODUCTION

On September 22, 2019, the hashtag #GejayanMemanggil became a trending topic on Twitter, which was also issued by an Instagram account @gejayamemanggil. Tweets related to which were buzzing with discussions regarding several regulations that were considered unsettling (Fuadi, 2020). The dissemination of the hashtag on both social media is part of the mass mobilization strategy that was carried out by ARB the next day at Gejayan Street, Yogyakarta. On September 23, 2019, thousands of mass action consisting of university students from various universities, the Foundation of the Indonesian Legal Aid Institute and other elements of society in Yogyakarta, gathered to answer the public concern that was widely discussed on Twitter and Instagram.

For the #GejayanMemanggil case, social media has become an extraordinary tool in influencing the public to be more involved in the problems of the country (Fuadi, 2020, p. 548). Indonesians, particularly the younger generation, are enthusiastic social media users. It is especially visible in Jakarta and other major cities. Indeed, on Twitter, Jakarta is the most active city in the world when compared to other major cities (Jurriëns & Tapsell, 2017).

The #GejayanMemanggil protest is similar to the demonstration in Gejayan 23 years ago to overthrow the New Order regime. At that time, Moses Gatutkaca, a student of Sanata Dharma University, died

as a victim (Savirani, 2019). Owing to having the same root of the struggle, Gejayan was chosen by ARB as the stage for contestation and action against a series of government policies that were considered to weaken the spirit of reform (Firdausi, 2019). The disappointment was voiced through the sentences #ReformasiDikorupsi (Reform is Corrupted) and *#MosiTidakPercaya* "Motion of No Confidence". The protestors identifying themselves as the people's Movement Alliance decided to make a follow-up action from the hashtag which was held on September 30, 2019. In this context, the actions on September 23 and 30, 2019, become the focus of this paper.

Seeing this phenomenon, it is undeniable that social media potentially provide new opportunities for citizens and subordinate groups in society to bypass state and market controls and the mainstream media to construct alternative collective identities (Cammaerts, 2015). According to Castells (2010), the acceleration of information technology, especially on social media, has provided an extensive tool for the public to express their views, both in the form of new social movements and as a controller of the behavior of stakeholders or politicians. Furthermore, Cammaerts (2015) agrees that social media can provide opportunities for 'lagging' or 'disadvantaged' groups in society to self-represent themselves.

In the context of social movements, social media can be a tool to support activities as well as a weapon that weakens and kills the struggle. Several researchers recognize social media as a neutral tool that aids activists or accelerates the movement (Aouragh, M., & Alexander, 2011; Eltantawy, N., & Wiest, 2011). Communication studies can be placed as a pivotal component in various mobilizations and struggles throughout history (Cammaerts, 2015; Lim, 2018; Kozinets, 2010). However, in order not to be trapped in the view of 'techno-utopianism' and 'social media centralism', the study related to the multidimensionality of the media, which is associated with the narrative and framing of certain movements may serve as significant knowledge for further research.

The movement triggered by ARB is inseparable from the strong narrative framed by the movement. Apart from getting widespread attention on social media, Kompas TV (2019), an Indonesian television broadcast, even made a special report program by a reporter Aiman Witjaksono entitled *"Kekuatan Mantra Gejayan Memanggil"* the Mantra Power of Gejayan Calling. The diction '*mantra*' illustrated in the program's title is associated with the discourse brought up during the action, persuading many people to participate. Moreover, the discourse and framing of the hashtag spread organically on social media and managed to steal the attention of social media users, specifically in Twitter (Fahmi, 2019a). Therefore, the research about the production of the hashtag discourses and framing is vital to be discovered.

This paper focused on two questions: 1) How was the context in which the hashtag is situated? 2) How the movement discourses and framing are produced to

build a collective identity and mobilize for direct action? To answer those, this paper explores the social movements through an in-depth investigation of the production of discourses and framing by using the Core Framing Task conceptual framework offered by Snow et al (2018). It is based on framing perspectives on particular social movements.

LITERATURE REVIEW

This article uses the Framing theory, core framing tasks of Snow's conceptual architecture (Snow et al., 2018). The concept of "frame" in social movements takes inspiration from the work of Goffman (1974). It was not until the extended time of 1986 that Snow, Rochford, Worden, and Benford presented outlining an investigation into social development study, which looks at why individuals connect with social developments (Chen & Dobratz, 2015). The concept of 'framing' in social movements takes inspiration from the work of Goffman. According to Goffman, framing is an interpretive framework that allows people to locate, understand, identify and name events that occur in their lives and the world as a whole (Sukmana, 2016) . Starting from Goffman's ideas, Snow and Benford offer the concept of framing – the process of creating frames – to explain social movements or collective action. They argue that framing theory serves to explain the importance of ideations in a social movement's effort to communicate its goal and to build collective identities (Cammaerts, 2018).

In social movements, framing is created to understand events by simplifying and extracting what is happening in the world out there. This simplification aims to mobilize admirers and followers, gains support from the audience, and demobilizes opponents (Cammaerts, 2018).

RESEARCH METHODS

This study employs a qualitative procedure using text analysis methods (Eriyanto, 2012). The content analysis focused on discourses and framing on social media posted by @gejayanmemanggil official Twitter and Instagram accounts. In addition, a study report created by the research division of ARB was also analyzed. A range of documents was analyzed discursively to identify the framing of the hashtag movement. The discourse and framing analysis also fed into the design of the in-depth interview and online observation. Therefore, in conducting this study, the authors also applied digital ethnographic methods (Pink, 2017). The object of this research is the action of the hashtag movement of the first part (September 23, 2019) and the second part (September 30, 2019).

Data collection techniques implemented were participatory observation, in-depth interviews and desk research. The participatory observation was carried out by observing and participating as followers on the official Twitter and Instagram accounts @gejayanmemanggil and joining as a member of a chat group named "Road to Gejayan" in WhatsApp, which was later replaced with "*Panitia Jalan Sehat*" (Healthy Walk Committee) as

its name since intruders were considered joined in the chat group. Then, in-depth interviews with 8 ARB activists who played a key role in the first and second protests were also conducted. The selection of the informants was based on the significance of their role and contribution, starting from the initiator or core consolidator and the coordinator of each division as follows, the Agitation and Propaganda Division, the Events Division, the Public Relations and Visual Division, and the Research Division. Last, the desk research was carried out by collecting ARB output products starting from the results of studies, posters, pictures, and photos uploaded through the Instagram and Twitter accounts @gejayanmemanggil and the bit.ly/RakyatBergerak link.

This study implements series of technical data analysis processes according to John W. Creswell (2018) – collecting data obtained or written in interview transcripts; coding and selecting themes as the results of the findings; and interpreting the data on the findings.

RESULTS AND DISCUSSION

The discussion in this study is divided into two parts. First, the context in which the hashtag movement is situated and how the movement emerges is fruitful to underlie the explanation regarding the framing of the narrative and the formation of the collective identity of the movement. In the second part, the authors highlight the discourses delivered along with the stages of framing carried out by the hashtag movement.

The Context of the #GejayanMemanggil Movement

The discourse process of the #GejayanMemanggil movement is closely related to the context in which the movement is situated. The emergence of the hashtag and other mass mobilization actions in Indonesia from September to October 2019 coincided with the inauguration of the elected President Joko Widodo and Vice President Ma'ruf Amin for the period 2019 to 2024. The year 2019 is considered the most polarizing election in society (Triwibowo, 2019). This presidential election split the community into two supporters - *cebon*g (tadpole) and *kampret* (bat). The former refers to Jokowi's fanatical supporters, while the latter is the fanatical supporters of another president nomination in that year, Prabowo. The inauguration of the president, which at that time was to be held within a month, made any political activity carried out during that period considered as an attempt by the kampret party to thwart the inauguration. Prolonged polarization after the presidential election has made the hashtag accused of being a movement driven by Prabowo's supporters. This allegation was answered by ARB, which is discussed later.

The second context is that the members of the national parliament 2014-2019 were about to end their tenure. Before their term of office ended, they hastily passed a series of bills, all of which were conservative, including weakening the role of the country's most respected institution, Komisi Pemberatan Korupsi (shortened as KPK, the Corruption Eradication Commission).

Other controversial bills include the drafts on the Eradication of Sexual Violence, the Criminal Code, and the Natural Resources, Minerals and Coal. Not only are the drafts issued conservative, but the legislative process for ratification also lacks public participation (Wisanggeni, 2019). The lack is then constructed as a framing narrative.

The Discourses and Framing of the #GejayanMemanggil Movement

In September and October 2019, various student demonstrations spread throughout Indonesia criticized several policies considered to weaken the spirit of reform. Initially, the protest was held in Jakarta, just a week before the protest in Yogyakarta, using hashtags #ReformasiDikorupsi (reform is corrupted), #MahasiswaBergerak (university students are moving), and #SemuaBisaKena (all can get impacts). (Fahmi, 2019a). Meanwhile, in Yogyakarta, the protest was entitled #GejayanMemanggil, which was taken from the name of the street where the protest was located.

ARB was initiated by a small group of activists that started from cultural fellows. Based on the authors' observation, this non-formal group consisted of students majoring in Social Humanities at Universitas Gadjah Mada (UGM). The first meeting prior to establishing ARB was held exactly three days before the first part of the #GeyajanMemanggil protest. The first meeting discussed political events that were happening by mapping related issues to be articulated by the movement. The initiation of the hashtag was firstly initiated by UGM students who came from various faculties, predominantly the Faculty of Social and Political Sciences, Faculty of Cultural Sciences, Faculty of Law, and others.

The open consolidation which was held on September 21, 2019, was the beginning of the formation of ARB. The consolidation was attended by various university students, who came individually, represented their institutions and student movements. Apart from them, several civil society activists were also seen attending the consolidation. Broadly speaking, there are several discussion results. In the consolidation, they agreed on seven demands that needed to be fought for; forming ARB; spreading the hashtag #GejayanMemanggil protest on September 23, 2019, at Gejayan Street with the headline 'Motion of No Confidence'; arranging divisions of work teams; and fixing action preparations. The demands of ARB through the hashtag protest were as follows: (1) To urge the postponement of a re-discussion on the problematic articles in the draft of the National Criminal Code (2) To urge the Government and House of Representatives to revise the ratified KPK Law and to reject all forms to weaken the attempts of eradicating corruption in Indonesia (3) To demand the Government to investigate and prosecute the elites who are responsible for environmental damage in several areas of Indonesia (4) To reject the problematic articles in the Bill on Manpower having no advantages to laborers (5) To reject the problematic articles in the Bill on Land, which were considered as a form of betrayal of the agrarian reform (6) To urge the ratification of the Bill on the Elimination of Sexual Violence (7) To encourage the

democratization process in Indonesia and to arrest activists in various sectors (Aliansi Rakyat Bergerak, 2019).

Furthermore, ARB held the second part of the #GejayanMemanggil movement as a follow-up action, on September 30, 2019. In addition to re-emphasizing the various demands that have not been fulfilled, this second action emphasizes the point of stopping the repression of the apparatus and the criminalization of the people's movement. The reason is that the wave of demonstrations that peaked on September 23 to 24, 2019, both in the capital and several other areas, were responded to by the authorities with violence until the victim died or was injured and many activists were arrested. The demands also include new issues such as the Bill on Cyber Security and Resilience. These additions generally do not change the construction of the demands and objectives of the movement (Aliansi Rakyat Bergerak, 2019).

The demands on both parts of the hashtag protests presented by ARB consist of different issues. The activists realize that these multiple demands are difficult for the public to understand, however, based on solidarity and inclusiveness, all issues related to their involvement are included. Gendis Syari, the research division coordinator who is in charge of making an inventory of issues revealed as follows:

"The first question that arises is that before we take any action, we must first make sure that our internals has the same view. The trick is how we compile all these issues together so that they become an intersection."

(Gendis Syari, Personal Interview, June 20, 2021.)

Framing processes occur during conversations, meetings, and written communications among the movement leaders and members within cultural and structural contexts called discursive fields (Snow et al., 2018). Based on the aforementioned demands, the movement has two core discourses – the marginalization of civil society from the decision-making process and the unfair material redistribution focusing on some political elites and oligarch only. These two discourses are then used as a common thread between issues, to facilitate the articulation of the movement, considering there are many issues to be fought for. These two discourses are interrelated due to the exclusion of civil society from the policy-making process resulting in policy products that do not accommodate the public interest. Like most discourses, the marginalization of civil society and material redistribution has a long historical legacy. Discursive histories and their polysemous nature are the reasons why they become discourses and not framing (Cammaerts, 2018). The discursive articulation plays an important role in the construction of the identity of objects as individuals or collectives. Aliansi Rakyat Bergerak is a group of activists consisting of individuals and groups of students and the public who agreed to merge themselves into a new collective. Although this alliance was driven by students, the participants of the action agreed to choose to identify themselves as a people's movement (Cammaerts, Bart &Carpentier, 2007)

In the discourse of material redistribution and the marginalization of civil rights, the hashtag movement has developed a set of core framing tasks that aims to identify problems (diagnostic frames), articulate solutions (prognostic frames); and call to action (motivational frames). Based on the observation of the official account @gejayanmemanggil on social media and desk research from the complete study of both protests, the authors summarize the process and objectives of framing the movement based on Table 1.

Table 1: The Narrative Framing Process of #GejayanMemanggil movement 1-2

Framing Process	Narrative
Diagnostic frames	
Problem statement	- Injustice - Criminalization - Democracy in the vortex of oligarchy
Source of trouble (common ideological enemy)	- Authoritarian regime - Oligarchy (unfair system)
Prognostic frames	
Solution articulation	Claiming alternative democracy narratives in the public space
Motivational frames	
Call for action	- No-Confidence Motion!*"Mosi Tidak Percaya"* - Leave the class empty! *"Kosongkan Kelas-kelas"*
Collective Identity	- Gejayan Memanggil: Anti Senayan Movement "*Gerakan Jalanan Anti Senayan*"
Motivator	No figure dominant (Leaderless Movement)

Source: obtained from primary data (2021)

Diagnostic framing has a role to identify problems and their causes. Exposing a problem is the first step in the narrative framing process of the movement (Cammaerts, 2018). Through this process, individuals translate their own grievances into a common grievance, common goals, and a common identity that bring people together and generate social change (Liu, 2015, p. 569). A successful frame usually simply represents complex issues. One of the most frequently used diagnostic framing models is the 'injustice frame'. An important step in this frame is identifying the 'victims' of injustice and echoing the injustice. In this context, the #GejayanMemanggil movement showcases that there is an injustice occurring in various government decisions.

The narrative framing of injustice places communities as a victim of abuse of power, legal uncertainty and poverty that occurs in vulnerable groups. To illustrate, in the Indonesian context, it can be seen amid Papuans. ARB issues this injustice in

the full review of both #GejayanMemanggil protests as follow:

"Humanitarian trials related to Papua are always confronted with many things: first, that history leaves a feeling of 'injustice' for those who see Penentuan Pendapat Rakyat (shortened as PEPERA, Act of Free Choice) as a fraudulent, intimidating and minimally participatory act...." (Aliansi Rakyat Bergerak, 2019).

They argued that long history proves that the Papuans are not given the right to participate in developing their natural resources. On the other hand, the Indonesian government has always used a violent approach to quell the turmoil of resistance. The government's injustice in handling the Papua issue can be observed in a variety of conflicts that frequently collide with the rights of the citizens with the military. Repeated cases of human rights violations by military forces are caused by impunity and the state's failure to prosecute perpetrators of human rights violations in Papua (Amnesty international, 2018). The framing of 'injustice' is also intended to accommodate the interests of sexual harassment victims. Related to the Bill on Eradication of Sexual Violence, ARB echoed the blurred -policymaking, which had not been ratified, through this post in Figure 1 below.

Figure 1 Instagram Posters About Rape Victims

Source: Official Instagram Account of @gejayanmemanggil, 2019

To provide a simple explanation to the public about the urgency of the passage in the Bill on the Eradication of Sexual Violence, ARB produces content containing statistics on the number of rape victims with associative narratives. Anyone who reads it will imagine how dangerous it is if this continues. Besides adding insights to the reader regarding the number of victims, this narrative also has the potential to arouse the awareness of readers or the hashtag followers from certain segments.

The next framing is the 'criminalization' carried out by the police against pro-democracy activists, farmers and especially the participants of mass demonstrations who were caught by officers in other areas. This criminalization framing also builds a narrative that the ideological enemy blamed in the movement is the 'authoritarian regime' that always uses violence to solve problems. The framing of 'criminalization' is specifically conveyed in the full review of both parts of the #GejayanMemanggil protest.

"... public disappointment has accumulated due to a series of other events such as forest fires in several areas in Indonesia, the repression of the state apparatus against civil movements, and the criminalization of civil society activists." (Aliansi Rakyat Bergerak, 2019).

The narrative of the common ideological enemy of the 'authoritarian regime' is also specified when discussing horizontal conflicts in various regions of Indonesia, in Papua, for instance. The frequent narratives about the criminalization

of human rights issues occurring in Papua happen due to simultaneous local conflicts between the apparatus and civilians in that province. Starting from the riots that occurred in the Papuan student dormitory in Surabaya, the hoax that spread about the death of Papuan students, the riots continued in Jayapura and Wamena (Belarminus, 2019).

This 'criminalization' framing was then also uploaded in several posts on the official Instagram account @ gejayanmemanggil. One of which was depicted the demand to the police to stop all criminalizing acts against civil society as seen in Figure 2.

Figure 2 Instagram posters to stop all criminalizing acts against civil society

Source: Official Instagram Account of @gejayanmemanggil, 2019

#GejayanMemanggil also frames the narrative *Demokrasi dalam Pusaran Oligarki* (Democracy in an Oligarchy Whirlpool). This main narrative framing is categorized as the diagnostic frame since it represents almost all the issues that the movement claims. As Prentoulis & Thomassen (2013) argue that democracy as it currently exists, is increasingly regarded as a flawed system, ruled by an unrepresentative and 'distant' elite having 'little in common with the ordinary people they are supposed to represent and not acting 'in line with the citizens' beliefs. Meanwhile, Winters (2013) believes that oligarchs have one fundamental trait, which is to maintain power. Defense of power is divided into two types, namely defense of wealth and defense of income. According to the ARB activists, the problem of the narrative 'Democracy in an Oligarchy Whirlpool' comes from the patterns of state organization, which is centered on only a few people in the oligarchy. This is in line with what is contained in the contents of the report of the action of #Gejayan Memanggil protest:

"Today the oligarchs hijack democracy. One of them is by controlling the public policy-making process. They even enter and control democratic institutions such as political parties and the media." (Aliansi Rakyat Bergerak, 2019).

The framing narrative of 'Democracy in an Oligarchy Whirlpool' is always associated with a pattern of state organization that only focuses on some elite groups. ARB emphasizes that the democracy tarnished by oligarch interests eliminates the public participation to join the decision-making and determine the direction of public policy.

After the problem is determined, the next part of diagnostic framing is to identify the source of the problem or designate the responsible or blamed individuals (Cammaerts, 2018). Based on the authors' observations, the diction oligarch is mentioned 34 times in the 49-pages of ARB's study report. The

position of ARB in opposing the practice of oligarchy is also clearly stated in the interview session with the activists. Nadia Noer, the Coordinator of the Agitation and Propaganda Division, said that they were fighting against 'oligarchy' including the system that allowed it to exist and the elites who carry out the practice (Nadia Noer, Personal Interview June 05, 2021). In social movements, consensus about the core of the problem is not necessarily followed by the source of the problem. Controversy about perpetrators and causes to blame can occur not only between different social movements but also within the same movement. Regarding this common ideological enemy, several ARB activists admitted that they did not want to define explicitly the reasons for blaming. The common ideological enemy should be adjourned, depending on how each community interprets it. However, in the study of both parts of the hashtag, the authors can conclude that the source of the problem and the trigger for this social movement to emerge is 'oligarchy'.

This high level of distrust and delegitimization of formal democratic institutions that work together and build this oligarchic network also has an impact on the way the hashtag movement to organize, even on the internal democratic process. ARB applies a 'bottom-up' work system so that all movement decisions are taken by deliberation and always accommodate the interests of the movement. In the prognostic framework, the way the hashtag movement called for providing an alternative space for the public to participate in democracy is elaborated.

After the problem is determined, the next task of framing is the **Prognostic** role, which is to offer possible solutions to the problem or plans to deal with the problems and implemented strategies (Cammaerts, 2018). In this case, the possibility of solutions and strategies depends on the results of the identification process and the source of the problem. The lack of clarity and agreement about the problem and its causes can lead to a lack of plans and strategies to mobilize the masses to move. Based on the authors' observation, the ARB activists offer a solution 'proposing demands for alternative democracy narratives in the public from the problems above.

According to the hashtag movement, real democracy is required since it reflects the true interests of the people rather than elites' interests who appear to govern the broken democracy. In the study report of both protests, the problem is described based on the context of events and political dynamics in post-reform Indonesia, which is then linked to the history of the New Order government. The problem is narratively framed in that democracy does not bring public participation in the policy-making process.

"Unfortunately, the recent political conditions in Indonesia have emphasized the position of the state as a party that strengthens the oligarchic elite and weakens civil society. The relationship formed between civil society and the state upholds despotism, a form of government with one ruler who holds absolute power. It is not a common interest. We are made to get used

to the state-centric narrative that kills our real participation in the policy process." (Aliansi Rakyat Bergerak, 2019).

This prognostic framing narrative is used as the opening title to explain the overall solution proposed by this collective. The framing of the solution related to the ARB's proposed solution is even used as the opening page of the hashtag report as shown in Figure 3.

Figure 3 The Report Cover of Aliansi Rakyat Bergerak "Claiming Alternative Democracy Narratives In The Public Space"

Source: Aliansi Rakyat Bergerak, 2019

A study by Winters (2013) on contemporary politics in Indonesia portrays that there are no significant changes after the reform. According to him, only one change is observable that Indonesia is no longer ruled by a dictator. For ARB, reclaiming a demand for democracy through strengthening the participation of civil society in the life of the state in one of the studies is another option to take.

"This is based on the lack of vertical access for civil society to involve themselves in the policy-making process. Thus, civil society needs to carry out deeper consolidation to formulate a structured civic engagement to strengthen its position in determining the direction of state policy." (Aliansi Rakyat Bergerak, 2019).

Next, to mobilize people, the **motivational** framing has the role of encouragement to provide reasons for the movement participation. In addition, the framing aims to make a conducive situation, including creating appropriate vocabulary and jargon used to motivate (Cammaerts, 2018). In this framing process, ARB integrates social media to disseminate and control the narratives produced by the movement. On the one hand, this framing process shows how the movement builds an offensive narrative, for example, through the 'Motion of No Confidence' narrative. On the other hand, it also shows the framing process as a defensive mechanism carried out by the movement, such as a rejection of being associated with electoral political interests, and the claim on a peaceful action and anti-characterization. In detail, ARB identifies three framing narratives in this motivational framing process, namely:

(1) Call for action covering the narratives *Mosi Tidak Percaya* "Motion of No-Confidence!" and *Kosongkan Kelas-Kelas!* "Leave the Class Empty!" (2) Collective identity covering the narratives *Gejayan Memanggil* or known *as Gerakan Jalanan Anti Senayan* "Gejayan Calling" or "the Anti-Senayan Movement" *Menolak Ditunggangi* "Refuses to be Ridden" (3) Motivator having no figure dominant or leaderless Movement.

This motivational framing stage is a process that determines the success of

the frame, which is then articulated to the public. This stage itself contains a framing narrative, which aims directly at mass mobilization. In the following, the framing narratives above are elaborated.

The narrative "Motion of No-Confidence" is an action title used to compile all the demands of the movement. This narrative is also to place ARB as a people's movement against the House of Representatives and the political elite. This movement seeks to unite various individuals who exist in one identity category, the community. The framing process of such a narrative is facilitated by social media through the publication of studies and statements of movement. The narrative in the reported study is directed at attacking the target of distrust, which is the oligarchy controlling the democratic channel. Then, the contents like posters and hashtags also play a role in amplifying the narrative in the digital space. This call is specifically for university students who want to share the same idea with the narrative to the current regime and parliament that do not side with the people. They are asked to empty the class and join a multiparty demonstration on Gejayan Street. Two posters containing the narratives were also widely disseminated personally by Twitter users to make them a trending topic at the time (Fahmi, 2019a).

It has been broadly perceived that a solid collective identity is significant for a successful social movement (Lin, 2017). Social movements distinguish self-interests from collective interests (Cammaerts, 2018). The efforts to identify an identity are reflected in the naming of ARB. Its name has a goal to represent the aspirations of the people, not just university students. The community identity is used as an effort to embrace the widest possible participation and shows a representation of the people's unrest who are dissatisfied with various policies emerged.

Through the narrative Gerakan Jalanan Anti Senayan, the student-led movement seeks to build an inclusive, informal and anti-parliamentary movement. The movement tends to monitor policies that are considered impartial to the community. The narrative of the people's movement is also formed through the choice of place. ARB does not select government symbols as the targets for action. Instead, they chose Gejayan Street, which is one of the economic and educational areas in Yogyakarta. The movement does not attack and occupy the symbol of the state as the other movement does. Instead, it brings the movement closer to the middle of society as an effort to involve civil society in democracy. The collective identity is also based on the principle of a movement that promotes peaceful non-violent protest. The selection of Gejayan Street as the location is also closely related to its historical aspect, which became the arena for demonstrations demanding reform 23 years ago.

Also, the narrative that explains the collective identity of the hashtag movement is when it refuses to be controlled. The regime supporters even accused the hashtag movement as the one who raised the hashtag #TurunkanJokowi (Overthrow Jokowi) on Twitter. This hashtag has

received a lot of attention and has even become a trending topic since the tweets include the hashtag #GejayanMemanggil (Fahmi, 2019b). Meanwhile, the opposition uses a hoax poster entitled Gerakann Nasional Kedaulatan Rakyat (the People's Sovereignty National Movement) with a photo of Habib Rizieq Shihab and the logo of Front Pembela Islam (shortened as FPI, Islamic Defenders Front). The contents show that there was an attempt to link FPI as an opposition to the regime with the student demonstrations. In fact, it was finally discovered that this poster was a hoax (Fahmi, 2019b). However, this poster has been spread via WhatsApp. Indeed, this kind of information will lead to the perception that the student-initiated action is being ridiculed by the government's opposition. To respond to the accusations addressed to the hashtag movement, another narrative, *Menolak Penokohan* "Rejecting Characterizations" was spread through six posters, one of which is in Figure 4.

Figure 4 Poster Refuses To Be Ridden

Source: Official Twitter Account of @gejayan-memanggil, 2019.

ARB then experiences the context of polarization caused by the 2019 election. The activists have known from the beginning that their movement inevitably faced two political parties that were fighting each other on social media through their buzzers. Therefore, ARB sends claims, which are not related to any electoral political interests, to make the proposed substances delivered and undistorted into a political support narrative.

Communication technology allows the implementation of a leaderless movement principle (Bellei & Cabalin, 2013; Cammaerts, 2015; Lin, 2017). Social media are also integrated to build the framing of ARB as a leaderless movement. Characterizations are considered to have the potential to give rise to claims to the movement and hinder broad and equal participation. After the action, several student figures taking part in the demonstration in Jakarta are invited to a television talk show. ARB decides to state a precautionary action, so it should not be associated with any figures. The process of building the anti-characterization principle is also demonstrated by the communication of movements, which are not centralized and rely on one person. In the realm of social media, the circulation of official information from the movement is only done through public relations and the movement's official account on Instagram. ARB stipulates that the contact person is not run by one person but three people. In the next process, the three people do their functions anonymously by using the same name, namely Nailendra, Kontra Tirano and Revo Lusi. This practice may prevent characterizations. Contrarily, it is

still able to anticipate disinformation and misinformation on social media.

CONCLUSION

This paper has outlined how the hashtag #GejayanMemanggil movement produced a set of core framing tasks, pertaining to two main orders of discourse with a long historical legacy. They are the marginalization of civil society from the decision-making process with an emphasis on injustice and authoritarian regime and the unfair distribution of material, which focused on some groups of elites only. The hashtag movement provokes the problems that need fixing as well as provides a set of solutions to the problems themselves. This study aligns with Gerbaudo & Treré (2015) who assert that a collective identity still constitutes a pivotal question for activist-scholar alike.

The finding of this paper does not only explain how the framing is designated by the movement but also how it responds to any accusations addressed to the activists in the context of the political polarization situation after the presidential election. Further research on comparing perspectives of the discourses and framing of #GejayanMemanggil may enrich the issue. Nevertheless, this paper is expected to be a reference for other relevant researchers in the conceptual framework of communication study. In addition, the paper is also expected to be significant for those who study social movement studies on the internet. Last, principally, this paper may serve as an inspiration for individuals or groups who want to fight for civil society rights through digital media.

ACKNOWLEDGMENTS

This research is funded by *Lembaga Pengelola Dana Pendidikan* (LPDP, Indonesia Endowment Fund for Education). I would like to thank the LPDP for scholarship support during my study.

REFERENCES

Aliansi Rakyat Bergerak. (2019). *Kajian Aliansi Rakyat Bergerak: Mengajukan Klaim atas Narasi Demokrasi Alternatif di Ruang Publik*.

Amnesty international. (2018). *Pembunuhan Dan Impunitas Di Papua: Sudah, Kasi Tinggal Dia Mati*. 15–21. https://www.amnesty.org/download/Documents/ASA2181982018INDONESIAN.PDF

Aouragh, M., & Alexander, A. (2011). The Egyptian experience: Sense and nonsense of the internet revolution. *International Journal of Communication*, *5*.

Belarminus, R. (2019). *KALEIDOSKOP 2019: Kerusuhan di Papua, Buntut Kasus Rasial dan Hoaks*. https://regional.kompas.com/read/2019/12/30/07000031/kaleidoskop-2019--kerusuhan-di-papua-buntut-kasus-rasial-dan-hoaks?page=all

Bellei, C., & Cabalin, C. (2013). Chilean Student Movements: Sustained Struggle to Transform a Market-oriented Educational System. *Current Issues in Comparative*

Education, *15*(2), 108–123.

Cammaerts, Bart &Carpentier, N. (2007). *Reclaiming the Media Communication Rights Edited by Bart Cammaerts* (Issue May 2018).

Cammaerts, B. (2015). Social Media and Activism. *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society*, 1–8. https://doi.org/10.1002/9781118767771.wbiedcs083

Cammaerts, B. (2018). The circulation of anti-austerity protest. In *The Circulation of Anti-Austerity Protest*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-70123-3

Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. Wiley Blackwell. https://doi.org/10.1002/9781444319514

Chen, J., & Dobratz, B. (2015). *Framing identity in social movements: The identity and the Chinese government interpretation of the Tibet separatists*. *10009298*, 111. http://ezproxy.lib.uts.edu.au/login?url=https://search.proquest.com/docview/1762525001?accountid=17095%0Ahttp://find.lib.uts.edu.au/search.do?N=0&Ntk=Journal_Search&Ntx=matchallpartial&Ntt=%0Ahttp://sfx.lib.uts.edu.au/sfx_local?url_ver=Z39.88-2004&rft_val

Eltantawy, N., & Wiest, J. B. (2011). Social media in the Egyptian revolution: reconsidering resource mobilization theory. *International Journal of Communication, 5, 1207-1224*.

Eriyanto, E. (2012). *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media* (cetakan IV). LKiS.

Fahmi, I. (2019a). *#GejayanMemanggil*. Retrieved April 4, 2021, from https://pers.droneemprit.id/gejayanmemanggil

Fahmi, I. (2019b). *Dialektika Narasi dalam Aksi #MahasiswaBergerak*. Retrieved August 8, 2021, from https://www.slideshare.net/IsmailFahmi3/dialektika-narasi-dalam-aksi-mahasiswabergerak

Firdausi, F. A. (2019). *Sejarah Demonstrasi Mahasiswa yang Mengancam Menumbangkan Rezim*. https://tirto.id/sejarah-demonstrasi-mahasiswa-yang-mengancam-menumbangkan-rezim-eiBo

Fuadi, A. (2020). Social media power for protest in Indonesia: The Yogyakarta's #gejayanmemanggil case study. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, *4*(3), 541. https://doi.org/10.25139/jsk.v4i3.2438

Gendis. (2021, 20 June.). *Personal Interview*.

Gerbaudo, P., & Treré, E. (2015). In search of the 'we' of social media activism: introduction to the special issue on social media and protest identities. *Information Communication and Society*, *18*(8), 865–871. https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1043319

Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of the Experience*. Harper Colophon.

John W. Creswell, J. D. C. (2018). *Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Fifth Edit). SAGE Publications, Inc.

Jurriëns, E., & Tapsell, R. (2017). Challenges and opportunities of the digital 'revolution' in Indonesia. *Digital Indonesia: Connectivity and Divergence*, *2020*, 275–288. https://doi.org/10.1355/9789814786003-007

Kompas TV. (2019). *Kekuatan Mantra #GejayanMemanggil | Aiman*. https://www.youtube.com/watch?v=VDvrSP96gYQ&t=2s

Lim, M. (2018). Roots, Routes, and Routers: Communications and Media of Contemporary Social Movements. *Journalism and Communication Monographs*, *20*(2), 92–136. https://doi.org/10.1177/1522637918770419

Lin, Z. (2017). Contextualized Transmedia Mobilization: Media Practices and Mobilizing Structures in the Umbrella Movement. In *International Journal of Communication* (Vol. 11). http://ijoc.org.

Liu, Y. (2015). Tweeting, re-tweeting, and commenting: microblogging and social movements in China. *Asian Journal of Communication*, *25*(6), 567–583. https://doi.org/10.1080/01292986.2015.1013971

Nadia Noer. (2021, 05 June). *Personal Interview*.

Pink, S. (2017). Digital Ethnography: Principles & Practice. In *Corvinus Journal of Sociology & Social Policy* (Vol. 8, Issue 1).

Prentoulis, M., & Thomassen, L. (2013). Political theory in the square: Protest, representation and subjectification. *Contemporary Political Theory*, *12*(3), 166–184. https://doi.org/10.1057/cpt.2012.26

Robert V. Kozinets. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. SAGE Publishing.

Savirani, A. (2019). *Catatan Aktivis 98 Untuk Demo Mahasiswa 2019, Lanjutkan Perjuangan*. https://theconversation.com/catatan-aktivis-98-untuk-demo-mahasiswa-2019-lanjutkan-perjuangan-124130

Snow, D. A., Vliegenthart, R., & Ketelaars, P. (2018). The Framing Perspective on Social Movements. *The Wiley Blackwell Companion to Social Movements*, 392–410. https://doi.org/10.1002/9781119168577.ch22

Sukmana, O. (2016). *Konsep Dan Teori Gerakan Sosial*.

Triwibowo, W. (2019). *"Cebong" versus "Kampret": Polarisasi politik pascapilpres 2019 semakin tajam*. https://theconversation.com/cebong-versus-kampret-polarisasi-politik-pascapilpres-2019-semakin-tajam-115477

Winters, J. A. (2013). Oligarchy and Democracy in Indonesia. *Southeast Asia Program Publication at Cornell University*, 11–33. doi:10.5728/indonesia.96.0099

Wisanggeni, S. P. (2019). *Jangan Tergesa-gesa meski Target Akhir 2019*.

https://www.kompas.id/baca/utama/2019/05/09/jangan-tergesa-gesa-meski-target-akhir-2019

Vol. 6, No.2, Desember 2021

Available at:
https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/ettisal
http://dx.doi.org/10.21111/ejoc.v6i1.7077

ETTISAL
JOURNAL OF COMMUNICATION
P-ISSN 2503-1880
E-ISSN 2599-3240

The Convergence Continum of Radio Songgolangit

Sulthan Helmizain Herdiaz Pramana[1], Nur Aini Shofiya Asy'ari[2], Aditya Fahmi Nurwahid[3]

[1,2,3] Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Humaniora, Universitas Darussalam Gontor
[1,2,3] Raya Siman KM. 6, Ponorogo, Jawa Timur, 63471, Indonesia
[1] ordnry.zain@gmail.com,
[2] nurainishofia@unida.gontor.ac.id
[3] fahmi@unida.gontor.ac.id

Abstract

The trend of using the internet in Indonesia is increasing because of the various advantages it has. Therefore, Radio Songgolangit uses internet media to disseminate its information by using various platforms such as Facebook, Instagram, radio streaming and websites. This activity of combining old and new media is called media convergence. This study aims to determine how the implementation of the convergence of Radio Songgolangit media. In this study, the researcher uses the theory from Dailey, Demo and Spillman namely the the continuum model of media convergence theory. In this theory, the convergence has five stages, Cross Promotion, Cloning, Coopetition, Content Sharing, and the last is Full Convergence. By using qualitative methods researchers has collected data by observation, interviews and documentation. The results showed that the media convergence of the continuum model of Radio Songgolangit was still running the first and the second stages. At the Cross Promotion stage, it is carried out by introducing each other, such as mentioning, including names, logos and links. At the Cloning stage, broadcast media reproduces content from social media, and social media reproduces content from other news portals. Meanwhile, at the Coopetition, Content Sharing and Full Convergence stages, Radio Songgolangit has not been fully implemented, because Radio Songgolangit still has shortcomings in the implementation of its media convergence, such as the lack of human resources and empowerment as the driving wheel of Radio Songgolangit media convergence, thus Radio Songgolangit still has not implemented five stages of media convergence continuum model.

Keywords: *Media Convergence; Continum Stages; Songgolangit Radio; Streaming Radio; Social Media*

Submitted : 16-12-2021 Accepted : 17-12-2021 Published : 30-12-2021

Tahapan Konvergensi Kontinum Radio Songgolangit

Abstrak

Tren menggunakan internet di Indonesia meningkat karena berbagai keunggulan yang dimilikinya. Oleh karena itu, Radio Songgolangit menggunakan media internet untuk menyebarkan informasinya. Dengan menggunakan berbagai platform seperti Facebook, Instagram, radio streaming dan website. Kegiatan menggabungkan antara media lama dan media baru ini dinamakan konvergensi media. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi konvergensi media Radio Songgolangit. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori dari Dailey, Demo dan Spillman yaitu teori tahapan konvergensi media model kontinum, yaitu pada teori ini tahapan konvergensi mempunyai lima tahapan, yang pertama *Cross Promotion*, kedua *Cloning*, ketiga *Coopetition* keempat *Conten Sharing* dan yang kelima *Full Convergence*. Dengan menggunakan metode kualitatif peneliti mengumpulkan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari lima tahapan konvergensi media model kontinum, Radio Songgolangit masih menjalankan tahapan *Cross Promotion*, dan *Cloning*. *Cross promotion* dilaksanakan dengan antar media saling memperkenalkan satu sama lain, seperti penyebutan, penyantuman nama, logo dan link. Pada tahapan *Cloning* dilakukan dengan media siaran memperbanyak konten dari media sosial, dan media sosial memperbanyak konten dari portal berita lain. Sementara pada tahapan *Coopetition, Content Sharing* dan *Full Convergence* belum sepenuhnya terlihat dilaksanakan oleh Radio Songgolangit karena kurangnya SDM. Dengan demikian Radio Songgolangit masih belum menjalankan lima tahapan konvergensi media model kontinum.

Kata-kata Kunci : Konvergensi Media; Tahapan Konvergensi Kontinum; Radio Songgolangit; Radio Streaming; Media Sosial

INTRODUCTION

Known as *homo social*, people need to communicate with others in their everyday life. Sharing information and knowledge is one of human primary necessity nowadays. To fulfill their needs, people adapt on several ways to communicate and receive some information, then technology affects the most of this process.

The modernization of information system, in line with the development civilization, also influence on how people interacts. Information Technology appears as a tool for human and it always changes (Nuryanto, 2012). The development of IT follows the civilization era, since the invention of the Gutenberg's printing press, Alexander Graham Bell's phone, Marconi's radio, until smartphone era today.

In fact, people nowadays left some traditional media to use more new Media (Khadziq, 2016). New media offers more comfort and convenience on using the information technology. The shifting of information technology will be the biggest challenges for traditional media to survive on modern era.

Radio is one of the oldest media that exist in Indonesia. Since airing on 1920s, some of Indonesian community using the

radio to spread some information, news, and as an entertainment media. On 1925, Batavia Radio Vereneging (Wijaya, 2012) was exist as the first amateur radio station community in Jakarta. This community was a proof that radio popularity is increasing at that time. Radio characteristic, as a friendly-hear media, grab more listeners and make their own loyal audience, until today in new media era (Trinoviana, 2017).

Radio become unpopular media in internet era, that also happens in printing media such as newspaper, magazine, and tabloid. People access more "intimate" media with the internet, accessing information with easier and faster way. The internet users in Indonesia is increasing, covered 56 percent of whole population (Asy'ari & Marantika, 2020). It also strengthen that more than half of world population are internet users (Kemp, n.d). This fact show us how people depends on Internet technology to access an easier and faster information compared with conventional media. New media access could grab more audience from traditional media, include radio listeners.

Internet technology become a challenge for radio existence among Indonesian society. Today, radio needs to innovate their form of business, to spread information more effective, also to adapt on people behavior on internet era. Nowadays, radio use the way of media convergence to keep their listeners, bring them more variety of content accessing.

This multi-platform adoption is one of media convergence on conventional media (Trinoviana, 2017). The convergence is one of compromise on conventional media to survive on this new media era. Internet pushed mass media to implement the concept of convergence to make digital form of conventional media, such as e-newspaper and streaming radio (*Surat Kabar & Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos)*, 2016).

Traditional media get some benefits with this convergence way. Beside they could reach multi-layer audience, media also grab more income on advertisement. Internet brings new indicator to standardize popularity and audience reach, within media that brings e-platform, website, and social media account.

Radio Songgolangit is one of the radio stations that adopt the convergence way. Using the 99.2 FM frequency, Songgolangis is one of the most popular radio in Ponorogo. Since airing on 2007, Songgolangit has various events with multi-segments and switched to the News and Talk program in 2017. Radio Songgolangit has also started the convergence stage by creating a website that provide news update around Ponorogo City, also bring their audience to access the radio streaming directly. In addition, Radio Songgolangit also has social media account on Facebook and Instagram. Just like the Radio Songgolangit website, the Songgolangit Radio social media also provide the latest news update. Radio Songgolangit supported by academic assistance and below the provision of streaming radio and convergence management during implement this multi-platform.

In convergence, there are several stages; Cross Promotion, Cloning, Coopetition, Content Sharing and Full Convergence (Radyastuti, 2014) The convergence stage theory of the continuum model can help media managers to implement a more structured convergence strategy. Based on the condition of the Songgolangit radio, which already implemented the convergence, makes researchers interested in knowing how to apply the convergence when viewed from the theory of the convergence stages of the continuum model.

LITERATURE REVIEW

At first the internet was the personal domain of American researchers and scientists, but in the development of the internet it has become a large communication system that is used by people all over the world and for various purposes such as business, academic, and for information retrieval.

The internet is changing the way we communicate. If communicating using conventional media uses the "one for many" model, while the internet provides a "many for one" model (email to one central address, many), and "many for many" (email, mailing lists, new groups) (Sucahya et al., 2020). Along with the development of the times, communication technology is increasingly advanced and new media are born. The notion of new media provides a wider scope, new media appear due to technological innovations in the media field including cable television, satellite, fiber optic technology and computers. New media has finally developed until now, giving birth to various platforms such as social media, websites, audio video streaming which are of interest to many users.

The results of a survey launched by We Are Social and Hootsuite (2020) stated that for the first time more than half of the world's total population uses social media. Analysis of Reportal Data shows that 4.14 billion people use social media, accounting for about 53% of the global population. It can be concluded that more people use social media than those who do not use social media. The world is also spending more and more time on social media, with regular users now spending about 15 percent of their real life using social platform

The history of radio in Indonesia cannot be separated from the history of radio in Indonesia. The first radio in Indonesia is Radio Republik Indonesia. Radio was first known in Indonesia in the 1920s, which was formed from an amateur radio association in Jakarta with the name Batavia Radio Vereneging (Wijaya, 2012). Radio Republik Indonesia at the beginning of independence was also called the radio struggle, because in its development it was more directed at moving and inflaming the spirit of nationalism. With the advent of FM technology, radio can also develop by providing better sound quality and also being able to reach more listeners (Wijaya, 2012).

Radio is one of the mainstream media that is still available for Indonesian people to seek entertainment or information. One of the reasons is that the use of radio is

more flexible when compared to other mainstream media, people can listen to the radio while doing other things, such as working, driving, and while studying. In addition, the personal characteristics of radio (familiar) that have entered the hearts of the people are also the reason why listeners feel that the information and entertainment provided by radio can be received more specifically.

There are several reasons why radio began to be abandoned by listeners. In his research, Ismed stated that not a few said that the radio era would soon end in this all-digital era, which has been marked by a decrease in advertising revenue and radio listeners who are increasingly turning to new media (Ismed, 2020). But although technology has spawned new platforms for listening to music, such as Spotify, Joox, and other streaming sites, there are some listeners who will definitely return to radio because radio has a clear role as audio-based entertainment (Ismed, 2020).

In this digital era, media have found solutions to keep listeners listening to the radio. The emergence of online radio is a convergence of conventional and digital radio, which makes radio still available to be enjoyed with current technology. Program Director of Woman Radio, Dr. Lia Hafiz stated that the existing characteristics of radio, such as interactive, personal, intimate, etc., are actually the forerunners of the new (digital) media that are emerging today. So it has been proven that radio is able to adapt, develop or evolve and innovate to exist as a mass media that has a business entity in it because it has these basic characteristics (Ismed, 2020).

In order for a media to remain relevant in the ears of the public, the media must keep abreast of technological developments. And one way for a conventional media to remain relevant to the public's ears is to conduct media convergence. Media convergence itself is the merging or unification of mass communication outlets, such as print media, radio, television, internet, together with portable and interactive technologies through various digital presentation platforms (Suchroni, 2016). Media convergence changes two main aspects of media, how the media operates, and how consumers access the content (Khadziq, 2016)

The keyword of convergence is digitization, because all forms of information and data are converted from analog format to digital format and sent in bit units (Luthfi, 2018). Tery Flew stated that media convergence is the result of the intersection of three new media elements, namely communication networks (communication), information technology (computing), and media content (content) (Wahyuningsih, 2020).

The phenomenon of media convergence is triggered by the birth of new media and digital technology, where it is currently possible to access content on several media platforms. Media convergence is "content flow across multiple media platforms, collaboration between multiple media industries, and media audience migration behavior". In the world of mass media today and in the future, the convergence of mass media is

not only a necessity but a necessity for the community itself, so that new media such as online radio, online television, online magazines, and so on have emerged

The presence of radio broadcasting has a distinctive character as a provider of factual and actual information, which means that the purpose of the presence of radio broadcasting itself is in providing factual and actual information (Hidayat, 2015). In the era of mass media convergence which then increased in complexity to become mass multimedia convergence, the unification of internet technology with analog radio finally gave birth to the concept of internet radio. The flexibility of internet technology that can combine with various types of mass media that already exist is an advantage of this internet technology (Hidayat, 2015).

Implementing media convergence, of course, requires time and process. Convergence is seen from two sides, namely the growth and development of the communication information sector at the global level where many of the world's large companies that dominate the market fall into the convergence model where some of them have chosen the communication sector to be developed (Wahyuningsih, 2020). The process of a convergence has a stage, the stage of convergence that researchers use in this study is the stage of convergence of the continuum model of media, the convergence of the continuum model of media provides a conceptual framework for understanding convergence by identifying five stages of activity among news organizations (Dailey et al., 2005). Or it can be concluded that the media convergence stage of the continuum model is a model that serves as a tool to define and evaluate the stages of the convergence process that occurs in a newsroom, and not to assess the success of a newsroom (Radyastuti, 2014). The five stages of convergence are Cross promotion, Cloning, Coopetition and Content Sharing.

Cross Promotion is a media convergence activity that promotes collaboration between two media, namely new media and old media, to provide space for each other to introduce media content to each other. Between the two media that work together they use advertisements, words, and visual elements with the aim of promoting the content of the media partner, including displaying their logo.

Cloning is a convergence activity when media content is reproduced to be published on other media. That is, one media displays news content from other media newsrooms as is without any changes. Coopetition occurs when a number of converged media work together and compete at the same time. In this case, there is an exchange of knowledge between the two different media that work together, cooperate with each other in news production and promotional activities, but the production of news content is still carried out independently in separate news rooms. Examples of Coopetition in media convergence are usually carried out by media from different newsrooms but still in the same media group.

Content Sharing will appear in activities when different media share

content in the form of repackaging or even sharing budgeting. Media convergence at this stage is mostly carried out by media under one ownership. In the Content Sharing stage, regular meetings and meetings are held between the media who work together to gather themes and issues to be raised in their respective media and content to be distributed in their respective media.

While Full Convergence is a convergence activity that describes conditions when different media work together fully, both in terms of content collection, production, and distribution, and aims to maximize the unique characteristics of each media to deliver content. In the Full Convergence stage, the media that work together produce content and topics collaboratively by leveraging the power of their respective media platforms. This Full Convergence stage is rarely applied in various media groups (Dailey et al., 2005).

The development of technology in human life is in line with human civilization itself, until finally getting to know the term "Information Technology" or what can be referred to as IT (Information Technology). The development of communication technology makes the internet a new tool in the way humans communicate. It is no secret that the presence of the internet makes it easier for us to communicate and provide information, anywhere and anytime. These developments have an impact on the existing traditional media. New media are becoming popular among many people, and of course many people are starting to leave traditional media. With the convenience and convenience offered by new media, people prefer to use new media.

METHODOLOGY

This study use Qualitative method to interpret the phenomena of convergence in Songgolangit FM. The qualitative data takes some data related to detailed descriptions, direct quotations and documentation, using observational methods on in-depth interviews, observation, and other.

Researcher use observation to Radio Songgolangit to make observations and look for research-related data. Since 23 July 2020-12 March 2021, Researcher observe the on air and off air activity in Radio Songgolangit to gather some data. Also, this study implement the documentation methods to get information on the historical data. Through this process, researchers stored facts from books, journals, and content that made by Songgolangit radio, also mass media news related to the convergence and Songgolangit radio.

This study also adopts In-depth interviews, repeated face-to-face interaction between researchers and research subjects, to understand the views of research subjects about their lives, experiences, or social situations. In-depth interview is interpreted as a way to obtain information or information for research purposes by means of question and answer face to face between the interviewer and the interviewee. In this case the researcher conducted interviews with research subjects from 28 September – 14 February 2021.

In this study, the researchers observe

directly to the research object, the social situation or activities carried out at Radio Songgolangit to implement the stages of media convergence. For the research subjects the researcher uses the Purpose Sampling technique, part of non-probability sampling. Sugiono explained that nonprobability sampling is a sampling technique that does not provide equal opportunities or opportunities for each element or member of the population to be selected as a sample. By using purposive sampling, the data gathering process that obtained is truly in accordance with the research conducted and can explain the actual situation in the field.

The criteria for research subjects that have been determined are; (1) People who have authority in making policies regarding broadcasting and convergence at Radio Songgolangit. In this case, Songgolangit radio director. Soewarto and Deputy Director of Songgolangit Radio Setyo Budiono, and (2) People involved and carrying out broadcasting and media convergence activities, Anita Rahma, Rizkiana Wahyuningtyas and Ika Luciana Marwati as the casters.

Meanwhile, data analysis is one of the research processes carried out after all the data needed to solve the problems studied have been obtained in full. In this study, the researcher used a qualitative analysis technique whose steps included data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

RESULT AND DISCUSSION

A radio still has their own listeners, but public interest is decreasing every year. New media become the toughest competitors for radio station today. To compete with the new media, radio should to change the way it works with the convergence of media. Radio Songgolangit try to increase public interest and keep their listeners by implements the stages of media convergence.

Songgolangit Radio should understand what is in media convergence. To running existing media, Radio Songgolangit should run new media in order to survive and still captivate, also keep the hearts of its listeners. New Media is a term that is meant to encompass a digital presence, computer or network of information and communication technology that was born in the late 20th century. New media is media that is born from the interaction between humans and computers and the internet in particular, including the web, blogs, online social networks, online forums and others that use computers as their media.

Convergence is a term that is widely discussed in the media field today. With many marketing departments marking nearly all new digital activity to «convergence». The uses of the word «convergence» have resulted in different views, conceptualizations and understandings (Lugmayr & Dal Zotto, 2016). The word convergence means united in one place, or could also be interpreted as the concentration of the eye to a place that is close (Zulivan, 2010).

Convergence in media as defined in

the late 1990s is primarily concerned with data, broadcast and telecommunications industry, with a focus on the convergence of networks and services. Internet and multimedia are generally considered as the new media. Radio and TV, the most part is traditional forms of media, are static while the newer forms of media are dynamic dan experiencing development and improvement continuously. Since media convergence is an ongoing process, occurs at various intersections between technology, industry, content, and audience (Appelgren, 2004).

Media convergence is the merging of media for use into a single point of purpose, which is because of the development of communication technology that results in telephone, video, and data communication in a network. So it can be concluded that, media convergence is the phenomenon of combining various media that were previously separated into one single medium (Zulivan, 2010). The presence of the convergence of media and online media has made several media companies to start businesses into online media in a converging way and creating internet-based news websites (Sucahya et al., 2020). Jenkins (2006) stated that "Media convergence is the flow of content across various media platforms, cooperation between various industrial media, and the migration behavior of media audiences" showing the media that today's audience plays an important role in creating and distributing content, and convergence must therefore be examined from a social, as well as technological perspective of change in society".

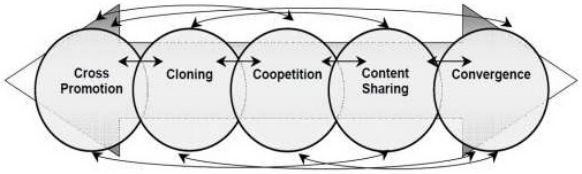
The development of the media convergence process is following three factors: (a) digitization, (b) deregulation of media and market communications, and (c) changes in user preferences. Digitalization offers new opportunities for creation, presentation, storage and distribution of media (Lugmayr & Dal Zotto, 2016). Radio Songgolangit has started its convergence by merging its content into several platforms owned by Radio Songgolangit, one example is always informing the listener that Radio Songgolangit has social media and ask them to access it, to read news about Ponorogo there.

The convergence of media has empowered users to produce and distribute their own content, view and listen to schedules can be personalized through search requests or content and mobile services, users can engage with each other through peer to peer technology. Although their audience is divided on ordinary users, media literate users and technology-savvy users, but users are so happy with the media experience they are currently using. Users preferences of the digitalization media and communications markets is a factor that has had a major impact on the competitive environment that media companies face (Wahyuningsih, 2020).

The impact or results that occur due to the convergence of the media is the expansion of the network and changes in advertising in the media. The merging of conventional communication technology to new communication technology or New Media cause a major changes in handling,

provision, distribution and processing of all forms of information, visual, audio and so on (Wahyuningsih, 2020). Radio Songgolangit also combining broadcasts via radio frequency with live Facebook, that's way Radio Songgolangit can expand the audience.

The researchers used the media convergence theory of the continuum model. This model shows the media convergence process of combining new communication technology with existing media. Jenkins sees media convergence as an ongoing process that should not be considered a displacement of the old media, it is the interaction between various media forms and platforms. Shortly, convergence allows people to get the news 24/7 on their tablet, receive customized news on their smartphone, and get news from their Facebook account (Sacco, 2016). According to Dailey et al (2005), Convergence of the Continuum model is a model that serves as an instrument for defining and evaluating the stages of the convergence process that occur in a newsroom and not to determine the success of a newsroom (Wahyuningsih, 2020).



Picture 1 Continum Stage

Source: Dailey et al., 2005

Radio Songgolangit started its convergence in 2017 with the Facebook Radio Songgolangit fanpage, created by the director of Radio Songgolangit, Soewarto. He saw competitor radios that already have their own social media accounts. On this platform, Radio Songgolangit can share various news for its listeners. After that followed by the creation of the Songgolangit Radio website which can be accessed at the web address www. radiosonggolangitfm.com. The website provide news reports from the coverage of Radio Songgolangit journalists, There is also a link access to the live radio streaming page. Radio Songgolangit also manages its convergenceon social media, such as Facebook, Instagram, websites, and streaming radio.

Due to media convergence theory, there are five stages. These stages are: Cross promotion, Cloning, Coopetition, Content sharing, and Full convergence.

Media Convergence Stages

Cross Promotion

Cross promotion is the process of using words or image elements to promote or introduce media content that is produced to appear on other platforms, by publishing visual content or by displaying the logo (Wahyuningsih, 2020). Cross promotion can also be implemented by introducing content verbally, by hold a meeting. In other words, cross promotion is a stage where there is cooperation between platforms to provide space for each other and introducing content from one medium to another for the purpose of promotion (Sucahya et al., 2020).

The implementation of cross promotion by Radio Songgolangit is the using of social media, Facebook and Instagram. Social media is composed of

two words, "media" and "social". Media means a communication tool, and "social" is defined as a social reality that every individual takes action and contributes to society (Mulawarman & Nurfitri, 2017). While Radio Songgolangit introduce its new media, Ika Luciana, Rizkiana Wahyuningtyas, and Anita Rahma as the Songgolangit Radio crew involved in the convergence process. In practice introducing the media in its broadcasts, broadcasters always provide "adlips" and remind their listeners to access the news that has been broadcast in full on the website or the Radio Songgolangit social network account, if listeners do not have time to listen to the full news when it is broadcast.

The social media platform also adopt cross promotion by displaying the Songgolangit Radio frequency on the Songgolangit Radio Facebook social media account logo. The Songgolangit Radio website also features a special column to display the Songgolangit Radio telephone number if listeners want to report the situation that is happening in Ponorogo while the broadcast is in progress.

For listeners, Radio Songgolangit provides streaming services on its website and Facebook fanpage, so the listeners can listen more easily. In the process of convergence, Radio Songgolangit has assigned its crew. Rizkiana Wahyuningtyas as administration and admin of social media, Ika Luciana as admin of social network and website accounts, reporter and broadcaster, and Anita Rahma as broadcaster.

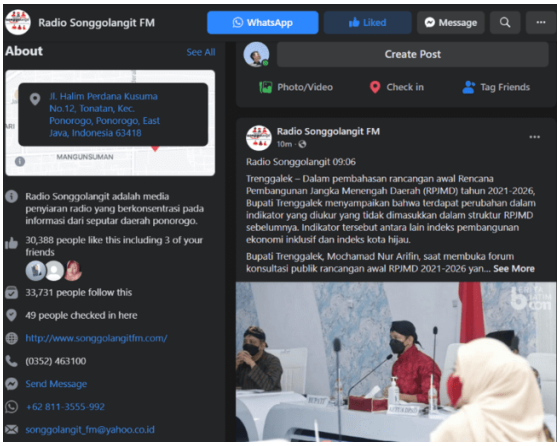
In order to further expand the introduction of its broadcasts, the Radio Songgolangit website also includes a link to be able to directly listen to the ongoing broadcast. This research is in line with previous research entitled "Songgolangit FM Radio Convergence Strategy" by Imasnyti Ciptanti Devi in 2020. This research that a broadcast media. that wants to converge media in order to survive with other media competition must be able to present information in various formats ranging from text, photo, audio, video and other. This proves the importance of introducing to the public with various platforms so that people can more easily find out about the content being introduced. Because readers or audiences can immediately see, read or even hear the information that provided (Devi, 2020).

Picture 2. Radio Songgolangit's website

Source : www.songgolangitfm.com

The picture above is an example of how the official website of Radio Songgolangit introduces its social media, by displaying the text and logo. That's way readers can search for these social media accounts on their respective platforms. Furthermore, there is a streaming radio logo and android which shows that the live broadcast of Radio Songgolangit can be heard through the link on the fanpage.

Picture 3. Radio Songgolangit's Fanpage


Radio Songgolangit FM
WhatsApp
Liked
Message
About
See All
Create Post
Photo/Video
Check in
Tag Friends
Jl. Halim Perdana Kusuma No.12, Tonatan, Kec. Ponorogo, Ponorogo, East Java, Indonesia 63418
Radio Songgolangit adalah media penyiaran radio yang berkonsentrasi pada informasi dari seputar daerah ponorogo.
30,388 people like this including 3 of your friends
33,731 people follow this
49 people checked in here
http://www.songgolangitfm.com/
(0352) 463100
Send Message
+62 811-3555-992
songgolangit_fm@yahoo.co.id
Radio Songgolangit FM
10m
Radio Songgolangit 09:06
Trenggalek – Dalam pembahasan rancangan awal Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) tahun 2021-2026, Bupati Trenggalek menyampaikan bahwa terdapat perubahan dalam indikator yang diukur yang tidak dimasukkan dalam struktur RPJMD sebelumnya. Indikator tersebut antara lain indeks pembangunan ekonomi inklusif dan indeks kota hijau.
Bupati Trenggalek, Mochamad Nur Arifin, saat membuka forum konsultasi publik rancangan awal RPJMD 2021-2026 yan... See More

Source : Radio Songgolangit's fanpage

While the picture above is an example of how the Songgolangit Radio Facebook account introduced the Radio Songgolangit website. Listeners only need to see the link and go directly to the Radio Songgolangit website.

Picture 4. Radio Songgolangit's non- air event

Radio Songgolangit FM
May 18, 2020
Radio Songgolangit 18.44
PONOROGO – Tim Radio Songgolangit membagikan bingkisan kepada anak yatim yang ada di wilayah Ponorogo. Meskipun untuk hari ini (18/05/2020) belum tuntas 300 anak yatim, seperti yang ditargetkan. Namun sudah sekitar 200 bingkisan yang dibagikan kepada anak yatim dengan mendatangi satu persatu rumah anak yatim dan juga yayasan anak yatim.
Simak informasi selengkapnya di https://www.songgolangitfm.com/.../update-kegiatan.../
SONGGOLANGITFM.COM
UPDATE KEGIATAN SANTUNAN ANAK YATIM RADIO SONGGOLANGIT - Radio Songgolangit

Source : Radio Songgolangit's fanpage

The convergence that be implemented by Songgolangit radio is not only about the delivery of information on air and online but also on off-air activities, namely Jumat Berkah Program. This program is a off-air social activity organized by Radio Songgolangit which distributes daily needs package as a donation. This event is held on Friday, and all of the donation comes from the listeners of Radio Songgolangit.

Cloning

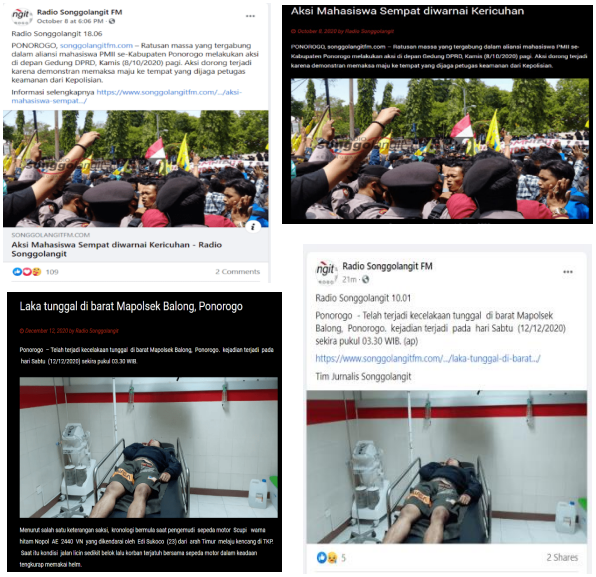
The next media convergence stage is the Cloning stage. Radio Songgolangit uses several media or platforms as a medium to reproduce its content. The Cloning Stage is a media activity to reupload or repackaged their content with and without any changes. Which means a content from media that is reproduced to be published in other media (Wahyuningsih, 2020).

The observations obtained by the researcher, in the cloning stage, Radio Songgolangit uploads news content to the website and social media. On social media, Radio Songgolangit also informs the public that Radio Songgolangit also has a website to read news and have radio broadcasts98. However, specifically for news available on the Radio Songgolangit website, it only uploads news obtained from Radio Songgolangit journalists in the field. Looking for some interesting information is a part of journalists and reporters work. The example below shows the issue or news about student axis chaos on the website that was accessed by researchers on October 13, 2020 at 16:43 WIB at the address radiosonggolangitfm.com cloned by Facebook Radio Songgolangit media that the news has not changed at all or is exactly the same.

Radio Songgolangit Facebook fanpage also gets news from other news portals.

These news portals include CNN, Antara News, and detik.com. News writing techniques from other portals also still show the cloning stage, because it does not go through rewriting, the news is just copied and pasted.

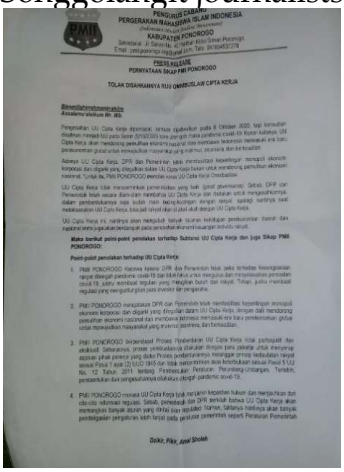
Picture 5. Form of Cloning Stage Website with social media


Radio Songgolangit FM
Aksi Mahasiswa Sempat diwarnai Kericuhan
Laka tunggal di barat Mapolsek Balong, Ponorogo
Radio Songgolangit FM
Radio Songgolangit 10.01
Tim Jurnalis Songgolangit

Source : Website and Social Media of Radio Songgolangit

Apart from uploading news from Radio Songgolangit's official website, Radio Songgolangit's Facebook fanpage also gets news from other news portals. These news portals include CNN, Antara News, and detik.com. The technique of writing news from other portals is also still showing the cloning stage, because it does not go through rewriting, the news is only copied and pasted.

Picture 6. Press Release given to Radio Songgolangit journalists



Source: Radio Songgolangit's Archives

The news produced by Radio Songgolangit is obtained in various ways, including searching from other news portals, interviews with sources, and press releases given to journalists. In Figure 14 is an example of a press release given to Radio Songgolangit reporters, in the press release there are statements regarding the rejection of the omnibus law, then the press release was cloned and made news and uploaded to the Songgolangit Radio social media.

Casters have also read news from other news portals in their broadcasts, because there are some news that are not data taken from Radio Songgolangit journalists, and also the news is national news that is beyond the reach of Radio Songgolangit journalists, but news editors should include sources the news comes. However, in broadcast activities there is no written procedurerelated to broadcasting news from news portals.

Coopetition

Coopetition is the stage where old media and new media collaborate and compete at the same time. Based on the

research results, Radio Songgolangit has two platforms, On Air broadcasts and online media such as social media and websites (Wahyuningsih, 2020). Radio Songgolangit maintains both platforms, because both platforms have their respective advantages.

Asy'ari and Muriyatmoko explained that radio as an electronic mass media facilitates a means of information that can reach all levels of society because of its fairly wide reach, especially when using streaming technology because it achieves space efficiency can produce information in a short time (Asy'Ari & Muriyatmoko, 2020).

Based on economic terms, convergence fosters cost-effective production by sharing information and resources and by coordinating content distribution. Content distribution can be efficient if it is managed effectively even though human resources are limited. Because of that, human resource cooperation is needed in various platforms owned by Radio Songgolangit.

The Songgolangit radio convergence team, amounting to 3 (three) people responsible for managing 3 (three) platforms. So, even though each crew has been assigned the task according to their respective positions, however, it is not uncommon for the On Air crew to help with online media tasks due to the lack of human resources that Radio Songgolangit currently has.

Besides creating content according to their respective characteristics, human resources on several platforms is also working together in terms of holding off-air events, such as Jumat Berkah and Santunan Anak Yatim. In addition, these two platforms also work together in creating an insert program which will later be broadcast on On Air, that is a Guyonan program, and an inspirational story. In a meeting which is also held once a month, The two platforms also discuss cooperation for advertising.

The collaboration of human resources across various platforms was also seen when making live broadcasts on Facebook. With a live broadcast on Facebook, Songgolangit radio audiences can see visually who is currently broadcasting. The target of the On Air platform is every Monday to Friday a resource person is invited to On Air, the resource person was invited to answer the issues that were being discussed at that time, for example inviting a representative from the state electricity company to discuss why there were blackouts at several points in Ponorogo or invite representatives from the DPRD Ponorogo to discuss government policies. As well as improving the audio quality to make it more comfortable to listen to, and expanding the range of radio broadcasts in order to increase the number of listeners.

This content management involve Songgolangit Radio crew to plan a meeting every Saturday morning each month to discuss several things including the quality of broadcasts, resource persons who will be asked to broadcast discuss the existing problems, and discussing social media and the Songgolangit Radio website in every broadcast.

Content sharing

In this content sharing stage, the two platforms (On Air and Online) share content in the form of repackaging or repackaged, as well as planning special projects or joint reportage (Wahyuningsih, 2020). Simply put, a news content in a media will be reloaded and repackaged so that it can be loaded in other media. In addition to sharing content, so that the Content Sharing stage process can run more smoothly, there is a division of budgeting on media (Radyastuti, 2014).

Based on the researcher's findings, the news content uploaded on the Radio Songgolangit website is news obtained by journalists from Radio Songgolangit from the field. The news content is also broadcast on On Air Radio Songgolangit broadcasts by repackaging the content, changing the sentence structure and language selection, because the language used in the news written on the Radio Songgolangit website uses a standard language structure, not the language to be listened to (broadcast language). This research is in line with previous research entitled Implementation of Jogja Radar Media Convergence in Facing Mass Media Competition by Titik Wahyungingsih. Explaining that at the content sharing stage, it is possible for media to be viewed from different perspectives (Wahyuningsih, 2020). This shows that Radio Songgolangit continues to strive to maximize the spread of its content by creating several forms of content, so that it can be received well and efficiently by the audience. listener because it executes some combination of elements contained in the content.

The casters rewrite the reportage in news format to be heard (radio broadcast news) and read it with a more suitable speech intonation so that it is easier to listen to, although not all broadcasters are able to do it. The importance of using the right language when reading a news story was also explained by Roni Agustino who explained that the characteristics of an auditive radio news should be on personal interaction, and touch the listener's emotional side during the news listening activity begins. The choice of words and sentences that are commonly used in everyday life does not only meet the requirements of the prevalence of speaking in informal conversations, but also words that can describe facts related to feelings as part of the story (Siahaan, 2016).

The forms of Content sharing that the researchers encountered were *off-air* activities such as Jumat Berkah and Donations for Orphans which also became news content that was repackaged and uploaded on social media in the form of video documentation during the activity and the Radio Songgolangit website in the form of news reports that included photos. activity. Jumat Berkah event itself is a *off-air* social activity event organized by Radio Songgolangit which distributes mineral water and packaged rice for free to poor people or orphans, and dhuafa', This event is held on Friday. This donation comes from listeners of Radio Songgolangit who have set aside some of their sustenance to be donated to them or in other languages, listeners of Radio Songgolangit entrust

their sustenance to Radio Songgolangit to later be given to those in need. But sometimes these donations are not in the form of money, sometimes in the form of goods, or directly in the form of packaged rice, snacks, and mineral water.

Then the Donation for Orphans is an *off-air* event organized by Radio Songgolangit to support orphans by making donations from donors. The donors themselves came from the offices in Ponorogo district, entrepreneurs who collaborated with Radio Songgolangit, and of course from listeners of Radio Songgolangit. The orphans who were given the donation are in the foundation in Ponorogo, then those who live near the residence of the Radio Songgolangit crew. This Orphans Donation Event is held just before Eid, during fasting. Some of the items donated were in the form of sarongs, mukenah, and in the form of money. And the orphans were invited to break their fast together with the crew of Radio Songgolangit. The results of the researchers' observations also found something similar, namely Radio Songgolangit uploaded a video documentation of the activities of Donations for Orphans, and made a news report on the Radio Songgolangit website. a news content on the Radio Songgolangit website about the Donation for Orphans event.

Full convergence

The last stage is the full convergence stage, which is when media (on air and online media) cooperate fully with each other, both in terms of content production and distribution which have the aim of maximizing the characteristics of each media to deliver content (Wahyuningsih, 2020). Ideally, full convergence operates in a stable economic environment that will secure adequate resources (both financial and human), training opportunities, and above all editors who are committed to fulfilling the civic role of journalism channeling accurate, adequate, relevant information and acting as a supervisor (Sacco, 2016).

After not being fully owned by the government in 2009, Radio Songgolangit looked for ways to continue to empower its human resources by continuously getting advertisers, but over time Radio Songgolangit's financial condition was not as expected, especially because there were competitors who had started competing. This condition affects the condition of its human resources, namely the lack of training opportunities for human resources which makes Radio Songgolangit crew inefficient in carrying out their duties. Empowerment of human resources in an organization is also very important for the smooth running of an organization, Yostan explained that the development of an organization has a goal to bridge development both from the internal and external sides. That is, the quality of the organization is determined by existing human resources and human resource development is determined by real developments that lead to organizational growth (Labola, 2019).

Lack of human resources is an obstacle for Radio Songgolangit to be able to develop its convergence. According to observations from researchers, although

there is an On Air team and social media at Radio Songgolangit, there are several crews working on both teams, one of which is Ika Luciana. Her role as a broadcaster and journalist, Ika Luciana also has to take care of the social media and website sections which make the focus less on overall convergence development. The lack of human resources is also influenced by the lack of commitment of the Radio Songgolangit crew, it is not uncommon for several Radio Songgolangit crew to resign from Radio Songgolangit, causing the convergence process at Radio Songgolangit not to run as it should, this was explained by Setyo Budiono who said: "... Our friends on the radio who have been able to have established broadcasts are already good, recruited by other radios, for example Imas, Imas here is already good, it turns out that he was drawn to Radar Madiun, if it is like that, maybe it's back to the salary issue .."

CONCLUSION

This research find out how the implementation of the convergence of Songgolangit FM Radio in terms of the theory of the stages of media convergence using the continuum model. The implementation of media convergence at Radio Songgolangit FM based on the continuum model theory has five stages: Cross Promotion, Cloning, Coopetition, Content Sharing, Full convergence. Based on the analysis in chapter 4, the researcher concludes that the convergence of media at Radio Songgolangit shows the stages of Cross Promotion and Cloning, the continuum model is that Radio Songgolangit runs the media convergence here.

Radio Songgolangit cross promotion stage seen from broadcast activities that should mention www.songgolangitfm.com. On the other hand, the website also promotes broadcasts through radio logo and in the form of links to access live broadcasts currently being broadcast by Radio Songgolangit. Radio broadcasts also promote their presence and social media content (facebook and Instagram). And also, the casters of Radio Songgolangit mentioned that the live broadcast of Radio Songgolangit can be listened to through an application that can be downloaded via the Playstore. To promote the social media and applications, Radio Songgolangit also promote Off Air activities, Jumat Berkah and Donations to Orphans. Social media promote radio broadcasts through logos, radio live streaming features and promoting off-air activities owned by Songgolangit radio.

At the Cloning stage, the production of news or content uploaded on Radio Songgolangit social media is taken from the official website of Radio Songgolangit itself without any rewriting process or changing sentence structure. For multiplying news from Radio Songgolangit›s official website, news uploaded on Radio Songgolangit social media as well taken from another news portal. Meanwhile, the website mostly displays news obtained from reporters of Radio Songgolangit.

Radio Sonnggolangit has not yet reached the next stage, Coopetition, Content Sharing, and Full Convergence. However, the characteristics at the Coopetition stage

have been seen, the cooperation between the media in working on news or content. But, work management on Songgolangit Radio division still ineffective because of the lack of human resources. And for the Content Sharing stage, the researcher only found that Radio Songgolangit changed news content from social media to radio broadcasts by changing the words and intonation of speaking to make it easier for listeners to listen to, because at the Content Sharing stage it was not fully implemented, it was confirmed that Radio Songgolangit had not yet reached the Full stage convergence. Radio Songgolangit still face a big challenge, the human resources problem, to implement the media convergence optimally.

BIBLIOGRAPHY

Appelgren, E. (2004). Convergence and Divergence in Media: Different Perspectives. *Elpub*, *5*(1), 1–19.

Asy'ari, N. A. S., & Marantika, N. (2020). Listenership Sebagai Evaluasi Penerapan Konvergensi Radio. *Jurnal Studi Komunikasi*, *4*(1), 203–219.

Asy'Ari, N. A. S., & Muriyatmoko, D. (2020). Usability Testing for Android Radio Streaming Apps of Songgolangit FM. *Journal of Physics: Conference Series*, *1471*(1). https://doi.org/10.1088/1742-6596/1471/1/012011

Dailey, L., Demo, L., & Spillman, M. (2005). The Convergence Continuum: A Model for Studying Collaboration Between Media Newsrooms. *Atlantic Journal of Communication*, *13*(3), 150–168. https://doi.org/10.1207/s15456889ajc1303_2

Devi, I. C. (2020). *Strategi Konvergensi Radio Songgolangit FM*.

Hidayat, R. (2015). Analisis Manajemen Penyiaran di Era Teknologi Informasi (Konvergensi Media). *Konvergensi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, *1*(1), 1–19.

Ismed, M. (2020). PERUBAHAN DAN INOVASI MEDIA RADIO DI ERA DIGITAL. *MEDIASI*, *1*(2), 92–102.

Khadziq, K. (2016). KONVERGENSI MEDIA SURAT KABAR LOKAL (Studi Deskriptif Pemanfaatan Internet Pada Koran Tribun Jogja dalam Membangun Industri Media Cetak Lokal). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, *9*(1).

Labola, Y. A. (2019). Konsep pengembangan sumber daya manusia berbasis kompetensi, bakat dan ketahanan dalam organisasi. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, *7*(1), 28–35.

Lugmayr, A., & Dal Zotto, C. (Ed). (2016). *Media Convergence Handbook - Vol. 2. Firms and User Perspectives* (Vol. 2).

Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, *25*(1), 36–44. https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759

Nuryanto, H. (2012). *Sejarah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi*. PT Balai Pustaka (Persero).

Radyastuti. (2014). *Industri Media Massa Analisis Konvergensi Media.*

Sacco, V. (2016). How Does Social Media Shape Media Convergence? The Case of Journalists Covering War and Conflict. In *Media Convergence Handbook - Vol. 1* (Vol. 1). https://doi.org/10.1007/978-3-642-54484-2_20

Sederhana, T., & Berita, M. (n.d.). *TEKNIK SEDERHANA MENULIS BERITA WEBSITE*. 1–12.

Siahaan, R. A. (2016). Model Penyiaran dan Presentasi Siaran Berita Radio. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, *15*(3), 220–233.

Sucahya, M., Ilmu, P., Fisipkum, K., & Serang, U. (2020). *Konvergensi Media Kabar Banten*. *8*.

Surat Kabar & Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos). (2016). https://doi.org/10.12928/channel.v4i1.4210

Trinoviana, A. (2017). Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience dan Iklan (Studi Kasus Pada Swaragama Fm (101.7 Fm), Geronimo Fm (106.1 Fm), Dan Prambors Radio (102.2 FM/95.8 FM)). *Jurnal Komunikasi*, *12*(1), 35–50.

Wahyuningsih, T. (2020). Implementasi Konvergensi Media Radar Jogja Dalam Menghadapi Persaingan Media Massa. In *INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SURAKARTA SURAKARTA* (Issue 1). https://doi.org/10.1111/cjag.12228

We Are Social. Hootsuite. (2020). *Digital 2020 - We Are Social*. https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020/

Wijaya, D. W. (2012). SEJARAH RADIO REPUBLIK INDONESIA WILAYAH SEMARANG TAHUN 1945-1998. *Journal of Indonesian History*, *1*(1).

Zulivan, A. (2010). Konvergensi Media. *Kombinasi*.

Vol. 6, No.2, Desember 2021

Available at:
https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/ettisal
http://dx.doi.org/10.21111/ejoc.v6i1.6866

ETTISAL
JOURNAL OF COMMUNICATION
P-ISSN 2503-1880
E-ISSN 2599-3240

Strategi Manajemen Media Alternatif Menyelamatkan Eksistensi dan Ideologi di Tengah Pandemi Covid-19

Ulfa Mawaddah Afriliani[1], Nurul Hasfi[2]

[1,2]Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Diponegoro
Jl. Erlangga Barat 7 No.33, Pleburan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50241 - Indonesia
[1]mawaddahulfa91@gmail.com,
[2]uulhasfi@gmail.com.

Abstrak

Pandemi Covid-19 tidak hanya berimbas pada media arus utama, namun juga media alternatif. Sebagai media yang tidak berbasis profit, dan tidak memiliki finansial yang kuat layaknya arus utama, tentu masa pandemi Covid-19 membuat eksistensi media alternatif semakin terancam. Untuk itu, media semacam ini memerlukan suatu strategi manajemen media sebagai upaya menyelamatkan eksistensi dan idealisme mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi manajemen media seperti apa yang dilakukan oleh media alternatif Serat.id dalam mempertahankan eksistensi dan ideologinya selama masa pandemi Covid-19. Sebagai upaya mengidentifikasi strategi yang digunakan Serat.id, penelitian ini mengacu pada model manajemen media milik Rahmitasari dan Comedia. Metode penelitian yang digunakan yakni kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi non partisan, wawancara mendalam dengan Pemimpin Umum, Pemimpin Redaksi dan Social Media Officer, selanjutnya melakukan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi manajerial yang dilakukan Serat tidak sepenuhnya terimplementasi. Hal tersebut disebabkan berbagai faktor yang menjadi penghambat seperti keterbatasan sumber daya manusia, baik dari segi *skill* maupun waktu. Di sisi lain, strategi yang sudah mereka implementasikan hingga mampu mempertahankan posisi mereka adalah *fellowship* untuk mensupport dana operasional para jurnalis. Kekuatan *fellowship* yang dipilih Serat.id dalam menjaga stabilitas medianya di tengah pandemi Covid-19, menjadi temuan berbeda dan unik dari strategi manajemen media yang digunakan di penelitian sejenis lainnya dalam konteks mempertahankan eksistensi. Cara tersebut terbukti mampu membantu menyokong ruang publik Serat.id tanpa harus mempertaruhkan batasan komitmen ataupun ideologi sebagai media alternatif.

Kata kunci: Eksistensi; Ideologi; Media Alternatif; Manajemen Media; *Fellowship.*
Diterima : 08-11-2021 Disetujui : 27-11-2021 Dipublikasikan : 30-12-2021

Management Strategy of Alternative Media to Maintain Existence and Ideology During the Covid-19 Pandemic

Abstract

The Covid-19 pandemic not only affected mainstream media, but also alternative media. As un-profit-based media, and without the strength financial mainstream, of course, during the Covid-19 pandemic, alternative media existence is increasingly threatened. For this reason, this kind of media requires a media management strategy to save their existence and ideology. This research aims to find out how alternative media management strategies are based on Serat that has survived the Covid-19 pandemic. This study refers to Rahmitasari and Comedia›s media management model. The research method used is qualitative with a case study approach. Data was collected through non-partisan observations, in-depth interviews with the General Manager, Editor-in-Chief, and Social Media Officer, and then carried out documentation. The results of this study indicate that the managerial strategies implemented by Serat.id are not fully implemented. This was due to various inhibiting factors such as limited human resources, both in terms of skills and time. On the other hand, the strategy they have implemented to maintain their position is fellowship to support operational funds for journalists. The strength of the alliance that Serat. id chose in maintaining its media during the Covid-19 pandemic, is a different and unique finding from the media management strategy used in other similar studies in the context of existence. This method is proven to be able to help support the public space of Serat. id without having to risk the limits of commitment or ideology as an alternative media.

Keywords: *Existence; Ideology; Alternative Media; Media Management; Fellowship.*

PENDAHULUAN

Tidak bisa dipungkiri, ketika masyarakat mengonsumi informasi di sumber media arus utama, mereka sering terjebak dalam tema-tema hegemoni, oligopoli, kapitalisme, hingga konglomerasi (Nugroho, Putri, & Laksmi, 2012, p. viii). Tema-tema tersebut sudah begitu familiar bahkan sejak masa pra kemerdekaan hingga reformasi, dan kini menjadi hal yang wajar dilakukan (Allifiansyah, 2015).

Disamping mempertaruhkan tujuan mulia berdirinya media itu sendiri, praktik tersebut juga menjadi penyebab sempitnya ruang publik karena sering mengalienasi isu-isu yang dianggap tidak mendatangkan profit. Hal ini tercermin dalam hasil riset Aliansi Jurnalis Independen (AJI) tentang seberapa besar perhatian media arus utama terhadap kasus Syiah Sampang dan Gafata. Hasil riset tersebut mengatakan bahwa frekuensi berita hanya meningkat berdasarkan terjadinya peristiwa. Hal tersebut berarti konflik Syiah Sampang dan Gafata hanya ramai diberitakan setelah konflik pertama terjadi yakni pada tiga hari sampai minggu pertama.

Perhatian media yang seperti ini yang kemudian menyebabkan menurunnya tren peliputan di bulan pertama dan kedua. Misalnya, di bulan pertama setelah penyerangan (27 Agustus - 27 September 2012) Surabaya Tribunnews menerbitkan 145 berita. Di bulan selanjutnya (28 September - 27 Oktober), mereka hanya merilis 1 berita. Hal yang sama juga dilakukan Tempo, dimana pada bulan

pertama, mereka menerbitkan 168 artikel, lalu di bulan hanya ada 11 artikel yang dirilis. Y. Hesthi Murthi selaku Ketua Bidang Perempuan dan Kelompok Marjinal AJI Indonesia, menyebutkan bahwa walaupun konflik tersebut belum terselesaikan, penurunan peliputan berita masih signifikan (AJI, 2016).

Kepentingan politik pemilik modal juga menjadi problematika selanjutnya, terlebih di saat era konvergensi dan digitalisasi sulit diabaikan media arus utama. Di Indonesia sendiri bahkan, binis *multiplatform* media dengan basis teknologi menjadi langkah yang tidak kunjung usai dilakukan. Jika dilihat dari sudut legitimasi hukum, komersialisasi atas ruang media adalah benar praktik yang sah dan terkandung dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2005, Pasal 1, Ayat 2. Tetapi fenomena atas terjadinya praktik konvergensi, tidak begitu konkret dijelaskan dalam regulasi ini. Pernyataan ini juga didukung dengan temuan studi Nugroho, Putri serta Laksmi (2012). Bahkan menurut mereka, UU Penyiaran No 32 Tahun 2002 merupakan regulasi yang sangat kendur/longgar, tidak jelas, multi-tafsir dan karenanya dikritik terus-menerus oleh berbagai pihak yang berasal dari lembaga masyarakat sipil, aktivis media, hingga industri media itu sendiri.

Sementara itu, Undang-Undang Konvergensi yang sejatinya mampu dijadikan pedoman, ada di tahap perancangan, dan masih tidak diketahui perkembangannya hingga kini (Nugroho et al., 2012, p. 114). Walau di sisi lain, eksistensi internet berhasil membuka akses ke ruang publik, namun momen ini kembali dianggap sebagai pintu industri media memperluas bisnis ke media sosial, dan akhirnya menggunakan *platform* tersebut sebagai liputan besar/utama (Nugroho et al., 2012, pp. 94–96).

Berdasarkan catatan Ahmad Djauhar selaku Anggota Dewan Pers, kesimpang-siuran hingga disinformasi sering terjadi sebab sebanyak 70% media arus utama tidak memverifikasi ulang berita yang bersumber dari media sosial (Mappong, 2019, p. 1). Dengan demikian, Ahmad pun setuju mengatakan situasi tersebut sebagai memprihatinkan. Sebagai respon atas fenomena itu, sumber informasi alternatif hadir sebagai solusi atas tersingkirnya ideologi kapitalisme dan konglomerasi. Dengan begitu, dapat tercipta keseragaman informasi, emansipatoris dan kritis.

Namun, masalah kompetisi global akibat konvergensi dan digitalisasi, mengancam eksistensi media ini. Perbandingan jumlah informasi yang sangat kecil/marjinal dengan media arus utama, bahkan mampu membuat beberapa media alternatif sangat menderita dengan ketergantungan konten media arus utama yang mengarahkan informasi/percakapan di media lain. Sebab bukan hanya faktor finansial yang besar saja, namun sumber daya manusia dan infrastuktur juga belum begitu memadai untuk bisa bersaing dengan media arus utama lainnya (Haryati, 2013, pp. vii–viii). Inilah yang kemudian disebut Lim (2011, p. 24) sebagai *the supremacy of the online global players*.

Sebagai contoh, media alternatif Poliklitik yang hadir sebagai respon atas konvergensi dan kejenuhan informasi media arus utama, justru memiliki sirkulasi terbit hanya satu berita per hari, di saat media lain yang menjadi saingannya aktif dalam mempublikasikan berita. Di sisi lain, Magdalene terbilang cukup aktif dalam mempublikasikan berita yakni 4 berita setiap harinya. Namun, juga tidak dipungkiri mereka mengalami beberapa kendala seperti masih sulit dalam menjangkau audiens media *mainstream*, tidak dianggap menarik, serta minimnya pendanaan yang dimiliki untuk bisa bertahan di situasi yang penuh persaingan tersebut (Resita & Junaidi, 2019).

Serat.id yang menjadi objek penelitian ini turut mengalami situasi yang serupa, dimana mereka memiliki *engagement* dan *readership* yang relatif kecil yakni 1.267 orang. Masih tergolong jumlah yang minim untuk menjangkau target khalayak Semarang yang jumlahnya berkisar 1,79 juta jiwa (Kusnandar, 2019, p. 1). Kemudian Serat.id hampir tidak memiliki *feedback* dari audiens mereka, baik di beberapa unggahan media sosial maupun berita lain baik di situs resmi. Sementara partisipasi pembaca sangat diperlukan dalam menghadirkan ruang publik yang hidup (Maryani & Adiprasetio, 2018, p. 263).

Kondisi tersebut semakin dipersulit dengan situasi pandemi Covid-19 yang tidak kunjung usai di Indonesia, dimana tentunya turut mempengaruhi sirkulasi dan pendanaan Serat.id sebagai media alternatif daerah. Seperti halnya media arus utama yang kolaps akibat kehilangan sejumlah pengiklan (Yusuf, 2020, p. 1). Untuk itu, di situasi yang semakin sulit tersebut, media terutama media alternatif seperti Serat.id, perlu menyusun suatu strategi untuk mempertahankan eksistensinya tanpa perlu menjual idealismenya.

Berdirinya Serat.id diinisasi oleh para anggota AJI Kota Semarang pada April 2018. Menurut mereka eksistensi Serat.id akan mampu menepis ujaran kebencian dan arus informasi *hoax* yang masif di media sosial. Keberpihakan pada modal dan kepentingan politik oleh media arus utama maupun industri media baru, hak jurnalis yang diabaikan, hak bersuara kelompok marginal yang dibatasi dan ketimpangan akses informasi adalah konsentrasi lainnya yang tidak bisa mereka kecualikan. Serat.id merupakan pelopor *investigative* dan *indepth reporting*, sehingga ini yang kemudian menjadi karakteristik unggul mereka sebagai media alternatif daerah.

Tetapi, kebanyakan media alternatif seperti Serat.id terlahir dengan prinsip menghidupi dirinya sendiri sembari tetap memelihara nilai-nilai idealismenya (Ariani, 2017, p. 19), adapun menggunakan iklan, namun relatif kecil tidak seperti media *mainstream* pada umumnya. Artinya, cara-cara tersebut belum cukup membuat media alternatif seperti Serat.id dalam posisi yang aman secara finansial. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Comedia (Atton, 2002, pp. 33–34) bahwa media alternatif perlu menemukan metode perencanaan keuangan lain jika menentang manajerialisme komersial namun ingin berhasil dalam mempertahankan eksistensi

dan penterasi pasar. Sebagai perbandingan, Poliklitik.com dalam upayanya mewartakan wacana alternatif mereka, disubsidi oleh lembaga independen Geomedia Group (Afandi & Abdullah, 2018, p. 178).

Lalu Watchdoc Documentary Maker berusaha menghidupi dirinya sendiri melalui sejumlah karya yang dikomersilkan serta iklan yang dipilih secara selektif (Ariani, 2017, p. 149). Maka, Serat.id yang secara praktik menentang nilai-nilai komersialisme, perlu memikirkan atau menata ulang manajemen finansial agar bisa bertahan di berbagai situasi yang menghimpitnya tersebut. Tentunya hal tersebut merupakan tantangan yang tidak mudah. Terlebih mengingat 4 tahun usia media ini berdiri, mereka juga dihadapkan dengan pandemi Covid-19 yang mengakibatkan sirkulasi media tersebut terancam.

Berdasarkan permasalahan tersebut, tentunya ada cara-cara yang dilakukan Serat.id dalam mempertahankan eksistensinya tanpa mempertaruhkan ideologi mereka sebagai media alternatif, terutama di tengah pandemi Covid-19. Peneliti kemudian tertarik untuk mengetahui seperti apa strategi manajemen media yang dilakukan media alternatif Serat.id dalam mempertahankan eksistensi dan idealismenya selama masa pandemi Covid-19.

KAJIAN PUSTAKA

Terdapat beberapa penelitian sejenis yang dijadikan pedoman oleh peneliti. Pertama, penelitian Della Resita dan Ahmad Juanidi (2019) dengan judul "Analisis Strategi Pemberitaan Media Alternatif untuk Isu-Isu Berkaitan dengan Kekerasan pada Perempuan (Studi Kasus Magdalene sebagai Media Online)". Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Magdalena secara konsisten dan fokus melaporkan isu-isu terkait pelecehan, kekerasan dan intoleransi terhadap perempuan dan kaum LGBT. Untuk meningkatkan interaksi dan partisipasi dengan audiens, Magdalene memfasilitasi mereka forum diskusi yang disebut *ask magde*. Selanjutnya, dari segi keterbatasan dana dan *sources*,

Magdalene bekerja sama dengan komunitas lain untuk pemberitaan. Sehingga lebih banyak ide yang diterima, dan wacana alternatif yang disebar-luaskan.

Kedua, penelitian yang digarap oleh Tony Harcup (2016) dengan judul "Alternative Journalism as Monitorial Citizenship? : A case study of a local news blog". Hasil penelitian membuktikan bahwa Leeds Citizen berhasil menjadi pengawas struktur kekuasaan lokal meskipun itu dilakukan dalam cara yang terbatas. Mereka juga mampu mengangkat beberapa isu yang sering diabaikan oleh media arus utama hingga alternatif yang beredar. Walaupun keberdayaan mereka dihambat oleh sumber daya keuangan yang lemah, pembaca yang relatif sedikit dan jangkauan yang terbatas, Leeds Citizen di sisi lain bisa dipandang sebagai *monitorial citizenship* yang berhasil. Sebab keterbatasan mereka masih dapat mendorong tersebarnya informasi hingga memberdayakan anggota masyarakat sipil yang dilayaninya.

Berbeda dari dua penelitian di atas, dalam penelitian ini, hal yang berusaha diselidiki adalah praktik manajemen suatu media alternatif di Indonesia sebagai upaya

strateginya mempertahankan eksistensi dan ideologi di tengah pandemi Covid-19. Topik ini memiliki keunikan tersendiri karena pandemi Covid-19 adalah fenomena baru, dan keberadaannya bahkan membuat aktivitas di segala bidang kehidupan, termasuk industri media, menjadi sulit.

Berbicara mengenai media alternatif, ada tiga hal yang mengidentifikasi media sebagai media alternatif. Pertama, mengkritik keras siklus akuisisi dan merger dalam industri media. Kedua, terlepas dari batasan struktural dan idealisme. Ketiga, media alternatif mencakup genre dan bentuk yang tidak terbatas seperti game, film, musik, protes, seni dan grafiti. Tetapi untuk yang satu itu, pada umumnya dilakukan oleh media yang berwawasan komersial sebagai upaya menjaga stabilitas ekonomi. Dengan kata lain, mereka tidak fokus mencari keuntungan, tetapi sebagai kesadaran akan tekanan ekonomi. Sehingga mereka harus merumuskan cara-cara yang mampu memastikan keberlanjutan eksistensi mereka (Kenix, 2011, pp. 2–4).

Kenix (2011, p. 5) melanjutkan bahwa bukti "*economic mandate*" tersebut meski sifatnya sekunder, bisa diketahui dengan bertanya pada perwakilan media, ataupun melalui permintaan donasi, biaya berlangganan serta iklan. Pada tahap itulah, media sedang menjalankan strategi pengelolaan atau manajemen medianya. Melalui manajemen media, bisa diketahui dan dipelajari seperti apa posisi, karakteristik, serta peran media dalam lingkungan dan sistem politik, sosial, ekonominya. Hal tersebut juga termasuk mempelajari pengaruh pertumbuhan teknologi yang harus diantisipasi oleh manajemen media (Rahmitasari, 2017, pp. 5–6).

Bila merujuk pada *system theory approaches management*, pentingnya strategi manajemen media, sebab suatu organisasi termasuk industri media selalu dihadapkan dengan lingkungan eksternal yang sifatnya tidak bisa dikendalkan. Sehingga dengan mempelajari, dan melakukan evaluasi umpan balik atas lingkungan, suatu organisasi tidak hanya bisa menyadari faktor lingkungan serta dampak yang ditimbulkan pada mereka, namun juga mampu mengenali perubahan dan menilai kembali tujuan yang ditetapkan (Albarran, 2006, p. 9).

Oleh karena itu, sebagai media dengan konteks institusi sosial, pengelolaan media alternatif seperti Serat.id, lebih spesifik mencakup: finansial yakni bagaimana Serat melakukan metode perencanaan keuangan; produksi konten (sirkulasi) yakni strategi konten seperti apa yang diadopsi Serat untuk menjangkau perhatian khalayaknya; manajemen sumber daya manusia terkait cara Serat memperlakukan sumber daya manusianya; teknologi yang terdiri dari jenis medium baru apa yang digunakan Serat dalam mendukung produksi konten alternatif serta mengapa medium tersebut dipilih; dan *marketing* yaitu seperti apa jenis strategi pemasaran yang diadopsi Serat (Atton, 2002; Rahmitasari, 2017).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan studi kasus guna memahami

dan menyelidiki latar belakang suatu peristiwa serta situasi individu, kelompok, hingga masyarakat tertentu. Tujuannya adalah mendeskripsikan secara rinci subjek maupun objek yang diteliti (Syuhada, 2017, p. 180). Pendekatan ini dipilih agar peneliti dapat memberikan wawasan yang utuh terkait Serat.id sebagai media alternatif melalui berbagai cara, antara lain wawancara, observasi, telaah dokumen, dan data yang dapat mendukung dan menjelaskan kasus.

Subjek penelitian ini yakni Serat.id sebagai media alternatif di Jawa Tengah yaitu

Tabel 1 Data Informan

Informan	Nama	Jabatan
Informan 1	Edi Faisol	Pemimpin Umum
Informan 2	Abdul Arif	Pemimpin Redaksi
Informan 3	Sabrina Mutiara	Social Media Officer

Sumber: Data Penelitian

Aspek yang akan diteliti terdiri dari finansial, *newsroom*, SDM, teknologi, dan *marketing*. Hal tersebut bertujuan mengetahui bagaimana aspek-aspek tersebut dilakukan Serat.id dalam strategi manajemen medianya. Penelitian akan dilaksanakan di Jalan Nakula II No 5, Pendrikan Kidul, Semarang Tengah, Kota Semarang, dengan durasi ≤ satu bulan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi untuk memperkaya hasil yang diperoleh di lapangan. Melalui upaya pengamatan di kantor Serat.id selama ≤ satu bulan maka nantinya peneliti akan melihat cara kerja tim Serat.id seperti memproduksi berita, merencanakan hingga mengimplementasikan strategi manajemen media mereka dalam memelihara eksistensi dan kualitas idealisme di situasi pandemi Covid-19.

Selanjutnya, wawancara mendalam yang dilakukan peneliti guna melengkapi berbagai data yang didapatkan dari hasil observasi. Wawancara akan dilakukan kepada Pemimpin Umum, Pemimpin Redaksi, dan *Social Media Officer* karena dianggap mengetahui nilai dasar/prinsip/komitmen yang dianut serta manajerial yang dilakukan Serat.id. Kemudian, terkait dokumentasi peneliti akan memperolehnya dari arsip Serat.id, media *online* maupun media sosial dan arsip peneliti sendiri. Nantinya dokumentasi yang dikumpulkan peneliti terdiri dari perekaman atau pencatatan hasil wawancara, pengambilan gambar baik dalam bentuk video ataupun foto dan juga pengarsipan bukti sejarah.

Analisis tematik (*thematic anlysis*), merupakan teknik analisis data penelitian ini. Tujuannya menganalisa data agar mampu menemukan tema serta pola melalui data yang peneliti telah kumpulkan (Heriyanto, 2018, p. 318). Melalui teknik tersebut, peneliti ingin melihat dan mengetahui seperti apa praktik manajemen media Serat.id dalam memelihara eksistensi dan kualitas idealismenya di situasi pandemi Covid-19. Selanjutnya, peneliti mengacu pada beberapa tema/kategori Rahmitasari dan Comedia (Atton, 2002; Rahmitasari, 2017) selama menggunakan analisis

tematik terkait manajemen media Serat. id. Tema/kategori tersebut diantaranya manajemen finansial, *newsroom*, SDM, teknologi dan *marketing*.

Heriyanto (2018, pp. 318–322) mengatakan bahwa selama menerapkan teknik analisis data ini, ada sejumlah tahap yang perlu dilakukan, seperti: memahami data yakni mengeksplorasi, mendengarkan dan membaca ulang transkrip maupun rekaman wawancara yang diperoleh guna menemukan berbagai *insights* atau informasi yang terlewat dari wawancara bersama partisipan. Kemudian, menyusun kode yakni melakukan pengkodingan atas makna yang ditemukan dalam data yang diperoleh. Tetapi, peneliti terlebih dahulu perlu memastikan apa saja data yang harus dikode dalam transkrip wawancara. Terakhir, peneliti memilih tema yang mampu menjawab tujuan penelitian. Hal tersebut diperlukan karena itu menggambarkan pola atas fenomena atau peristiwa yang menjadi fokus penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Strategi Manajemen Finansial

Seperti halnya media arus utama yang kehilangan pengiklan dan berakhir kolaps (Yusuf, 2020, p. 1), media alternatif yang memiliki *niche*-nya sendiri, juga ada pada posisi yang sama. Seperti yang diketahui, Serat berdiri dalam naungan AJI Semarang, untuk itu pula berbagai aktivitasnya diakomodasi oleh AJI Semarang. Namun, pandemi Covid-19 sayangnya juga berhasil membuat program-program AJI terhenti, sehingga ini lah yang membuat keuangan Serat ikut terdampak. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Pemimpin Umum (PU) Serat.id, diketahui bahwa operasional Serat perlahan-lahan mulai didanai oleh dana pribadi PU, pengurus AJI, hingga memotong honor pembicara.

Sebagai media alternatif yang tidak berorientasi profit, tersendatnya keuangan Serat tentu juga mempengaruhi aktivitas mereka dalam menyiarkan wacana alternatifnya. Serat yang dikenal atas pemberitaan investigasi dan laporan mendalamnya, lambat laun mengalami pelemahan sirkulasi, hingga hanya mampu memproduksi tidak lebih dari lima berita kilas bahkan cenderung satu. Pada akhirnya mereka mengandalkan berita rilis agar terlihat masih eksis.

Atas hambatan tersebut, Serat berupaya menyusun berbagai strategi manajemen finansial untuk menyelamatkan eksistensi mereka di tengah pandemi Covid-19, diantaranya mengandalkan *grant* dari *Google News Initiative*. Ketika tahun 2020 lalu *Google News Initiative* berinisitaif memberikan dana bantuan darurat jurnalisme kepada seluruh media tingkat kecil, sedang, menengah hingga lokal di penjuru dunia (Kontan, 2020), Serat menjadi salah satu media lokal di Indonesia yang mengajukan diri, dan lolos seleksi.

Dana hibah tersebut yang pada akhirnya menyelamatkan ruang berita Serat, hingga mereka aktif dalam mempublikasi berbagai laporan investigasi ataupun *indepth*, seperti edisi khusus Nestapa Stigma Peristiwa 65, hingga edisi khusus klaster Covid-19 di Semarang. PU Serat,

Edi Faisol menuturkan bahwa selama mereka mendapatkan dana tersebut, Serat tidak pernah memanfaatkannya untuk kepentingan pribadi kecuali mengupah teman-teman jurnalis dengan layak. Hal tersebut mengingat, banyaknya fenomena pemecatan sejumlah jurnalis oleh perusahaan media di masa pandemi, sehingga Serat menentang keras perlakuan yang demikian (Serat.id, 2020).

Namun, tentu Serat tidak bisa menggunakan dana hibah tersebut sebagai jaminan ketahanan finansial yang lebih lama selama masa pandemi Covid-19. Ketika mereka tidak lagi mendapatkan anggaran AJI, tidak bisa mengandalkan iklan, dan *grant* yang mereka terima telah habis, maka jalan yang selanjutnya ditempuh untuk menyelamatkan ruang redaksi mereka adalah beasiswa liputan.. Sama seperti sebelumnya, *fellowship* yang mereka dapatkan ini pun juga digunakan hanya untuk memberikan ruang kepada rekan-rekan jurnalis yang ingin menulis di ruang publik, namun tetap ingin mendapatkan upah dengan layak.

Dengan kata lain, Serat tidak memperoleh keuntungan apapun, selain tetap eksis melalui tulisan-tulisan *indepth* tersebut. Strategi finansial inilah yang kemudian cukup membantu Serat mempertahankan eksistensinya di tengah pandemi Covid-19, dan terus berjalan hingga saat ini. Berikut beberapa liputan *indepth* yang berhasil dirilis Serat menggunakan dana *fellowship*:

Tabel 2 Liputan *indepth* Serat yang menggunakan *fellowship*

No	Jenis *Fellowship*	Topik Liputan	Jumlah Artikel	Waktu Rilis
1.	Didanai oleh Pandi (Pengelola Nama Domain Internet Indonesia)	Digitalisasi Aksara Nusantara	2	18/2/2021
2.	Liputan *fellowship* Pasopati, kolaborasi Serat.id dan Yayasan Auriga Nusantara	Derita Warga atas Investasi Pembangkit Senilai Rp 62 triliun	3	11/3/2021
3.	Didukung oleh SIEJ dan EcoNusa Foundation	Hilangnya Pulau Pasir di Kampung Balong	2	2/6/2021
4.	Tidak disebutkan	PLTSa Jatibarang, Solusi atau Ancaman?	3	19/6/2021

Sumber: Serat.id

Strategi manajemen finansial berikutnya yakni Serat berencana menjaring iklan secara profesional. Namun, rencana ini belum bisa diimplementasikan sebab Serat tidak memiliki tim yang ahli dalam pemasaran. Di sisi lain, mereka juga berusaha menjaga garis batas redaksi para pengelola agar tidak menganggu aktivitas sebagai jurnalis. Oleh karena itu, mereka melibatkan ahli pemasaran di luar Serat dan AJI untuk menyusun materi iklan dan ketahanan finansial Serat dalam jangka panjang.

Meski demikian, nyatanya mereka pun masih menemukan kesulitan dalam memetakan *stakeholder* yang sesuai dengan idealisme Serat yang tidak ingin bekerja sama dengan individu ataupun lembaga bisnis yang terbukti melakukan korupsi dan pelanggaran HAM. Sehingga, kendala tersebut yang membuat strategi ini belum bisa diimplementasikan sebab rancangan yang dimiliki masih mentah. Di sisi lain Serat butuh mendiskusikan hal tersebut kepada para anggotanya. Tetapi hal itu belum juga terlaksana karena kesibukan masing-masing anggota.

Terakhir, mereka berupaya menjual Serat ke Solopos. Mengingat situasi AJI Semarang yang sudah tidak memungkinkan mensubsidi Serat, opsi ini menjadi salah satu strategi yang sempat mereka pikirkan. Menurut mereka, Solopos menjadi pilihan sebab memiliki manajemen yang seide dengan Serat dan prinsip-prinsip AJI. Namun, rencana ini pun juga belum mencapai *final* sebab terjadi berbagai pro dan kontra di antara para pengelola Serat.

Strategi Manajemen Newsroom

Selain terkendala pada finansial, Serat juga mengalami penurunan *traffic* atas pemberitaannya. Terlebih fokus utama Serat terletak pada isu-isu advokasi dan kontrol sosial yang memang jarang diambil media *mainstream*, sebab tidak banyak dibaca oleh khalayak. Sehingga Serat hanya mampu memperoleh setidaknya 1000-2000 pembaca. Maka dari itu, Serat mencoba menyusun strategi untuk meningkatkan *readership* dan memperkuat *engangement*, dengan merencanakan dua rubrikasi baru.

Pertama adalah menyediakan rubrikasi kartun sebagai wadah sumber daya kartunis Semarang untuk menyalurkan bakat maupun kreatifitasnya. Peluang ini dilihat Serat mengingat tidak banyak lagi media-media di Indonesia yang berkenan memberi ruang kepada kartunis untuk berekspresi dan bersuara melalui karyanya. Kedua, Serat akan menyediakan produksi *user generated content* untuk mahasiswa, guru dan jurnalis warga lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pemimpin Redaksi (Pemred) Serat, guru termasuk dalam target audiens sebab mereka memiliki tuntutan yang sama seperti dosen yakni menulis sebagai upaya menajamkan kompetensi mereka. Oleh karenanya, Serat menangkap peluang itu. Nantinya, rubrikasi tersebut akan dilengkapi kurikulum khusus yang memandu target audiens tersebut dalam menulis, mengolah, menganalisis, hingga menyajikan data ke dalam bentuk tulisan.

Meski Serat telah memiliki konsep atas strategi *engangement*-nya, Pemred mengaku bahwa mereka belum mengeksekusi

rencana tersebut karena terkendala oleh kesibukan masing-masing pengelola. Selain itu, konsep yang mereka miliki masih terlalu mentah sehingga perlu dipelajari lebih lanjut dengan pengelola lainnya.

Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan pengelola Serat yang menjadi subjek dalam penelitian ini, ditemui bahwa kelemahan Serat yang cukup sering disebutkan adalah tidak adanya sumber daya manusia yang ahli dalam manajemen pemasaran. PU Serat bahkan mengungkapkan bahwa setelah mereka mengalami situasi sulit karena pandemi, dan harus beradaptasi dengan membangun sistem manajemen finansial yang kuat, seketika itu pula dia menyadari pentingnya tim pemasaran bagi Serat. Untuk itu pula kemudian, PU Serat mulai mempertimbangkan pelatihan khusus pemasaran dan bisnis bagi internal. Kelemahan Serat selanjutnya yang ditemui peneliti adalah *social media officer* (SMO) Serat tidak memiliki kapabilitas sebagaimana mestinya.

Seorang SMO secara teknis memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam merancang dan mengoptimalkan strategi konten, *brand awareness* hingga *engagement* di media sosial; membangun interaksi dan relasi hingga menganalisa *feedback* dari audiens atas berbagai unggahan di media sosial (Jessica, 2021; Soraya, 2020). Namun, pengelola Serat tidak memiliki kapabilitas yang cukup atas itu. Atas kelemahan tersebut, PU Serat berniat memberikan pelatihan mengenai divisi terkait, namun lagi-lagi belum bisa berjalan sebab Serat sangat menghormati urgensitas kesibukan pengelola.

Strategi Manajemen Teknologi

Terkait kesiapan teknologi, ada beberapa jenis *tools* yang digunakan Serat dalam menunjang pendistribusian wacana alternatif bisa sampai ke masyarakat. Pertama, Serat menggunakan teknologi *Progressive Web App* (PWA). Sebagai media alternatif yang tidak memiliki anggaran besar layaknya media arus utama, PWA merupakan teknologi alternatif yang dapat membantu Serat dalam menyaring audiens. Meski tidak secanggih aplikasi yang dikembangkan media arus utama, namun melalui PWA, Serat bisa mengukur *traffic* lebih mudah.

Selain memanfaatkan PWA untuk mengukur *traffic*, Serat juga berencana menggunakan *google anaytics* dan *data tools google* lainnya seperti *google search console, news consumer insights, news tagging guide, realtime content insights*. Hanya saja strategi ini belum bisa diterapkan Serat, sebab kesiapan teknologi mereka hanya ditangani oleh Pemred. Keterbatasan ini yang membuatnya memerlukan lebih banyak waktu dalam mempelajari *tools* tersebut agar Serat lebih siap dalam memanfaatkannya.

Strategi ketiga yang mereka gunakan untuk mengoptimalkan kunjungan *website* Serat adalah *Seacrh Engine Optimization* (SEO). Langkah Serat dalam memanfaatkan *tools* ini, sudah membuahkan hasil dimana nama Serat sudah mulai muncul

pada pencarian *google*. Kemudian Serat memanfaatkan *Learning Management System* (LMS). Teknologi ini pada dasarnya masuk dalam kurikulum khusus yang disusun Pemred untuk meningkatkan *readership* dan *engagement*. Nantinya rencana Serat dalam mendirikan ruang belajar untuk produksi *user generated content*, akan mengandalkan teknologi LMS ini.

Tentu kesiapan teknologi yang dibangun dan direncanakan Serat masih berbasis *website*, sementara usaha mereka dalam mendistribusikan dan mengenalkan identitas sebagai media alternatif juga memanfaatkan *platform* lain seperti media sosial. Terkait hal tersebut, Pemred mengakui bahwa media sosial Serat memang tidak tergarap secara maksimal sebagaimana *website*, sehingga mereka tidak memiliki strategi pengelolaan teknologi khusus.

Keterbatasan SDM menjadi salah satu faktor Serat belum memiliki strategi tersebut dan pada akhirnya belum bisa mengoptimalkan *traffic* dan memanfaatkan penggunaan media sosial. Di sisi lain, Serat menyusun prioritas untuk mengoptimalkan *website* terlebih dahulu.

Strategi Manajemen Pemasaran

Pada kategori ini, salah satu hal yang menjadi hambatan dan kelemahan Serat adalah mereka belum memiliki strategi pemasaran di media sosial. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, anggota divisi *social media officer* (SMO) Serat belum memiliki kemampuan dalam merancang strategi pemasaran media sosial yang konkret. Sabrina selaku SMO Serat mengakui bahwa dalam mendistribusikan konten Serat, dirinya masih mencari referensi-referensi dari akun media sosial lain.

Dalam membangun *engagement* di media sosial, Sabrina juga hanya mengandalkan interaksi maupun *feedback* dalam skala yang kecil. Seperti menyebarkan konten media sosial Serat ke grup whatsapp dengan minim diskusi, hingga media sosial yang nyaris tidak memiliki *feedback* dari pembaca. Sehingga ini pula yang menunjukkan bahwa Serat tidak memiliki strategi khusus dalam menganalisa, menguji atau memantau serta melakukan interaksi dengan audiens untuk membangun *engagement* di media sosial.

Jika merujuk pada penjelasan Eckstein dan McLachlan (2021; 2020), keterlibatan audiens dalam meningkatkan *engagement* sosial media sangat penting. Sementara cara-cara untuk mewujudkan hal tersebut memerlukan dorongan seorang SMO, seperti mengajukan pertanyaan, jejak pendapat, menguji pengetahuan mereka atas suatu isu yang menjadi topik utama unggahan, dan sebagainya. Audiens media sosial pada dasarnya senang mencari koneksi dengan orang-orang termasuk *brand*. Untuk itu bersikap reaktif dan proaktif tidak hanya penting namun mutlak. Sayangnya strategi ini yang tidak diperhatikan Serat.

Dalam usaha menjangkau dan mempertahankan loyalitas *mainstream audience*, Serat menyusun strategi *branding* seperti mengadakan *roadshow* serta program magang. Strategi ini berhasil membuat identitas dan idealisme Serat sebagai

media berbasis data mulai dikenal oleh masyarakat, namun belum memberikan dampak yang besar terhadap *feedback* maupun *engagement* Serat. Untuk itu Serat berencana mengubah format *roadshow* menjadi program *roadshow online* dan magang sebagai program tahunan. Namun itu juga belum bisa dieksekusi dikarenakan kesibukan masing-masing pengelola Serat dan rencana tersebut masih membutuhkan diskusi lebih lanjut.

Menghidupi Idealisme dalam Semangat dan Keterbatasan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, telah diketahui bahwa faktor finansial merupakan kendala utama yang dihadapi Serat selama pandemi Covid-19. Kendala ini sejatinya selaras dengan yang dijelaskan oleh Comedia (Atton, 2002, pp. 33–35), bahwa dalam ranah media alternatif, faktor finansial selalu menjadi kendala utama mereka untuk bertahan di pasar. Padahal, publikasi alternatif dianggap berhasil adalah yang mampu meningkatkan penetrasi pasar dan sirkulasi.

Tentunya Serat menyusun berbagai macam strategi untuk memperkuat finansial mereka agar mampu bertahan bahkan dalam jangka panjang, salah satunya dengan mencari pengiklan/ *stakeholder*. Namun meski sudah melibatkan orang profesional di luar AJI dan Serat, memetakan hal tersebut bukanlah hal yang mudah, mengingat batasan komitmen yang mereka miliki. Solopos yang memiliki komitmen selaras dengan AJI dan Serat pun bahkan masih disikapi pro dan kontra oleh para anggota Serat. Hilangnya identitas utama Serat sebagai media berbasis data, serta pengontrolan atas ruang berita menjadi kekhawatiran mereka, sehingga proses penjualan tersebut masih menjadi opsi yang ditahan hingga kini.

Posisi ini yang kemudian dibahas oleh Herman dan Chomsky (Atton, 2002, p. 37), bahwa bila suatu media alternatif mengandalkan pendapatan utama yang bersumber dari iklan, maka media tersebut akan terjerat dalam kepentingan bisnis (baik internal maupun eksternal) dan karenanya ruang media akan mudah dikontrol. Dengan kuasa tersebut, para pengiklan pun nantinya akan memiliki "otoritas lisensi *de facto*". Akibatnya, ekonomi media alternatif akan berhenti karena ketergantungan tersebut (Atton, 2002, p. 37).

Terlepas dari itupun, para pengiklan sebenarnya juga tidak cukup tertarik. Sehingga meskipun media menerimanya, dana yang mereka dapatkan pun kecil. Selama melakukan wawancara dengan subjek penelitian, peneliti menemukan bahwa Serat sebenarnya sudah menerima cukup banyak tawaran oleh pengiklan/ *stakeholder*. Namun, latar belakang serta jenis iklan yang ditawarkan pengiklan ternyata bertentangan dengan batasan komitmen yang dimiliki Serat (Atton, 2002, p. 37).

Jika dilihat dari sudut pandang Comedia (Atton, 2002, pp. 33–34), tindakan yang dilakukan Serat ini dikatakan sebagai sumber kegagalan media alternatif, sebab menentang metode perencanaan finansial serta efisiensi organisasi yang membuatnya mampu bertahan di pasar.

Comedia berasumsi, cara mereka menolak manajerialisme kapitalisme, konvensional, dan komersialisme sudah usang dan karenanya tidak lagi relevan.

Posisi media alternatif akan merugi sebab hanya selalu berlandaskan tujuan politik, tidak ekonomi.

Di sisi lain, Atton (2002, p. 37) berargumen bahwa pandangan Comedia hanya tantangan kecil bagi tesisnya yang menganggap urgensi keuangan sebagai *ghetto* (keterasingan) yang sulit diatasi media alternatif. Namun, jika *ghetto* diartikan ruang publik alternatif, maka akan terlihat gambaran yang jelas berbeda dengan arus utama, baik itu dari segi budaya dan konstruksi sosial sekecil apapun yang terjadi di ruang publik. Dengan kata lain, semua upaya yang patut dipertahankan dan diperjuangkan lebih dulu oleh media alternatif adalah menjaga idealisme mereka agar tidak runtuh karena kerentanan finansial.

Merujuk pada *system theory approaches management* yang digunakan dalam penelitian ini, kemudian dapat diketahui bahwa semua strategi pengelolaan media yang dilakukan Serat adalah suatu bentuk respon atau adaptasi dari lingkungan eksternal yang tidak bisa mereka kendalikan seperti pandemi Covid-19. Serat yang menyadari bahwa eksistensi mereka mulai terancam karena tidak lagi menerima subsidi dari AJI Semarang, mulai menata ulang, dan mempelajari kembali strategi manajemen mereka.

Seperti yang sudah disampaikan, Pemimpin Umum dan Pemimpin Redaksi Serat telah menyusun, merencanakan dan mendiskusikan rancangan strategi yang mereka miliki kepada seluruh anggota. Mulai dari sektor finansial, *newsroom*, sumber daya manusia, teknologi, hingga pemasaran. Diskusi tersebut memunculkan berbagai evaluasi dan umpan balik, seperti pro dan kontra terhadap rencana dijualnya Serat ke media lain (Solopos), hingga mendukung ide Pemimpin Redaksi yang ingin memunculkan rubrikasi *user generated content*.

Pada umumnya, rencana strategi yang dimiliki Serat belum sepenuhnya mereka implementasikan dikarenakan keterbatasan sumber daya manusia yang mereka miliki. Hal itu lah yang membuat strategi tersebut belum bisa diketahui atau digeneralisir impilkasinya terhadap eksistensi mereka di tengah pandemi Covid-19.

KESIMPULAN

Media alternatif Serat.id yang terdampak Covid-19, telah melakukan dan menyusun berbagai strategi manajemen media untuk mempertahankan eksistensi dan idealismenya. Ada 5 kategori strategi yang disusun dan dilakukan sesuai dengan model manajemen media yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya finansial, *newsroom*, sumber daya manusia, teknologi dan pemasaran. Pada dasarnya tidak ada model khusus untuk mengukur, mengidentifikasi maupun mengevaluasi jenis strategi yang digunakan industri media dalam mengelola medianya, sehingga penggunaannya bisa sangat bervariasi (Küng, 2017, p. 63). Dari banyaknya strategi yang disusun Serat atas semua

kategori tersebut, selain finansial yang menjadi kendala, ternyata keterbatasan sumber daya manusia juga menjadi faktor dominan yang menghambat Serat dalam mengimplementasikan strateginya. Baik itu karena keterbatasan jumlah SDM, maupun karena pengelola sibuk dengan kepentingan masing-masing di luar Serat. Hal tersebut bisa saja terjadi, sebab Serat dikelola oleh orang-orang AJI, hingga orang-orang dari media lain. Sehingga dengan kata lain, Serat ibarat koperasi dan bukan pekerjaan utama para pengelola tersebut.

Sebagai media alternatif yang sangat menghargai aset sumber daya manusia dan memperlakukan mereka secara berbeda dari media arus utama, itu pula yang menjadi alasan Serat sering memaklumi prioritas kesibukan masing-masing pengelola. Keputusan melibatkan orang di luar Serat dan AJI dalam menyusun strategi manajemen media mereka pun salah satunya juga karena konflik kepentingan, tidak ingin menganggu dedikasi pengelola ketika menjadi jurnalis Serat. Serat menghadirkan iklim organisasi yang demokratis, transparan dan emansipatoris, dan itu berhasil membuat jurnalis mereka merasa aman. Namun Serat harusnya juga baik dalam mengatur manajemen waktu yang tepat dengan pengelola untuk mendiskusikan berbagai opsi strategi yang telah disusun guna menyelamatkan eksistensi mereka.

Bagaimana pun, melihat semangat Serat yang berjuang mempertahankan idealisme hingga saat ini, patut diapresiasi. Sebagai media yang terbatas dalam mencapai khalayak yang lebih luas, sampai lemahnya stabilitas organisasi yang mereka miliki, tidak meredupkan komitmen mereka dalam menjamin ruang publik yang aman bagi masyarakat yang sering dialienasi dan disalah-persepsikan oleh media arus utama. Meski komitmen yang mereka tanamkan membatasi ruang gerak mereka dalam mencari pengiklan/ *stakeholder*, batasan komitmen tersebut di sisi lain justru menjadi tolak ukur kualitas media ini dalam mengabadikan ruh jurnalisme yang sesungguhnya di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Afandi, M., & Abdullah, A. (2018). Pengunaan Kartun Editorial oleh Poliklitik.com sebagai Bentuk Praktik Jurnalisme Alternatif. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, *2*(2), 170–189. https://doi.org/10.24198/kj.v2i2.21338

AJI. (2016). Media Diminta Berikan Perhatian Lebih Besar pada Minoritas. Retrieved from ALIANSI JURNALIS INDEPENDEN website: https://aji.or.id/read/berita/495/media-diminta-berikan-perhatian-lebih-besar-pada-minoritas

Albarran, A. B. (2006). *HANDBOOK OF MEDIA MANAGEMENT AND ECONOMICS*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Allifiansyah, S. (2015). Media Alternatif di Indonesia (Napak Tilas dan

Pencarian Arah di Masa Depan). *Jurnal Scholar*, 1–13.

Ariani, P. P. I. (2017). *Melawan Kuasa Media dengan Media*. 158.

Atton, C. (2002). *Alternative Media*. London: SAGE Publications Ltd.

Eckstein, M. (2021). Social Media Engagement: Why it Matters and How to Do it Well. *Buffer*. Retrieved from https://buffer.com/library/social-media-engagement/

Harcup, T. (2016). Alternative Journalism as Monitorial Citizenship?: A case study of a local news blog. *Digital Journalism*, *4*(5), 639–657. https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1063077

Haryati. (2013). Eksistensi Media Lokal Di Era Konvergensi. *Neliti.Com*. Retrieved from https://www.neliti.com/publications/220615/pemanfaatan-internet-dalam-mengangkat-budaya-lokal

Heriyanto, H. (2018). Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk Penelitian Kualitatif. *Anuva*, *2*(3), 317. https://doi.org/10.14710/anuva.2.3.317-324

Jessica, C. (2021). Sudah Siap Jadi Social Media Manager? Pahami Dulu Karier dan Tugasnya. *Glints*. Retrieved from https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-social-media-manager/#.YXV1qhpBzIU

Kenix, L. J. (2011). Alternative and Mainstream Media: The Converging Spectrum. In *Bloomsbury Academic*. United Kingdom.

Kontan. (2020, April 16). Google News Initiative Sediakan Bantuan Dana Darurat untuk Media Lokal. *Pressrelease Kontan*. Retrieved from https://pressrelease.kontan.co.id/release/google-news-initiative-sediakan-bantuan-dana-darurat-untuk-media-lokal

Küng, L. (2017). *Strategic Management in the Media: Theory and Practice* (2nd editio). London: SAGE Publications Ltd.

Kusnandar, V. B. (2019). Berapa Jumlah Penduduk Kota Semarang? Retrieved February 20, 2021, from Kata Data website: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/18/berapa-jumlah-penduduk-kota-semarang

Lim, M. (2011). @crossroads: DEMOCRATIZATION & CORPORATIZATION OF MEDIA IN INDONESIA. *Participatory Media Lab & Fordfoundation*.

Mappong, S. (2019). 70 Persen Berita Media Mainstream Berasal dari Media Sosial. Retrieved March 9, 2021, from Antara News website: https://www.antaranews.com/berita/1103856/70-persen-berita-media-mainstream-berasal-dari-media-sosial

Maryani, E., & Adiprasetio, J. (2018). Literasi.co sebagai Media Alternatif dan Kooperasi Akar Rumput. *Jurnal Kajian Komunikasi*, *6*(2), 261. https://doi.org/10.24198/jkk.v6i2.18722

McLachlan, S. (2020). How to Increase Social

Media Engagement: A Guide for Marketers. *Hootsuite*. Retrieved from https://blog.hootsuite.com/social-media-engagement/

Nugroho, Y., Putri, D. A., & Laksmi, S. (2012). Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia (Edisi Bahasa Indonesia). *CIPG Dan HIVOS*, 1–184.

Rahmitasari, D. H. (2017). *Manajemen Media di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Resita, D., & Junaidi, A. (2019). Analisis Strategi Pemberitaan Media Alternatif untuk Isu-Isu Berkaitan Dengan Kekerasan Pada Perempuan (Studi Kasus Magdalene Sebagai Media Online). *Koneksi*, *2*(2), 269. https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3895

Serat.id. (2020). Perusahaan Media Ini PHK Karyawan Dengan Dalih Pandemi. Retrieved March 13, 2021, from Serat.id website: https://serat.id/2020/07/10/perusahaan-media-ini-phk-karayawan-dengan-dalih-pandemi/

Soraya, A. (2020). Mengenal Profesi Social Media Officer yang Kerjanya Dikira Tukang Posting Konten doang. *Mojok.Co*. Retrieved from https://mojok.co/terminal/mengenal-profesi-social-media-officer-yang-kerjanya-dikira-tukang-posting-konten-doang/

Syuhada, I. B. (2017). Strategi Marketing Komunikasi Media Online Detik.com. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 169–187. Retrieved from http://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/view/183

Yusuf, I. A. (2020). Bagaimana COVID-19 Menciptakan Normal Baru bagi Media dan Jurnalis. Retrieved March 13, 2021, from The Conversation website: https://theconversation.com/bagaimana-covid-19-menciptakan-normal-baru-bagi-media-dan-jurnalis-138821

Vol. 6, No.2, Desember 2021

Available at:
https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/ettisal
http://dx.doi.org/10.21111/ejoc.v6i1.6955

ETTISAL
JOURNAL OF COMMUNICATION
P-ISSN 2503-1880
E-ISSN 2599-3240

Manajemen Komunikasi Pemerintah Desa Terkait Fluktuasi Ekonomi Dalam Bantuan Covid-19

Nanda Laily Maulidin Fajrur, Nurudin
Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Muhammadiyah Malang
Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang, East Java, 65144, Indonesia
nandalaily16@gmail.com,
nurud70@yahoo.com

Abstrak

Manajeman komunikasi pemerintah daerah juga warganya adalah salah satu aspek yang menjadi perhatian terlebih dalam fase pandemi. Pandemi hadir membawa banyak perubahan yang cukup signifikan. Adanya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dinamika komunikasi yang terjadi, kendala yang dihadapi, sampai pada solusi yang bisa diterapkan. Penelitian ini penting mengingat bagaimana masyarakat membutuhkan peran pemerintah utamanya dalam hal bantuan. Laporan terkait adanya ketimpangan dalam pemberian bantuan menjadi masalah yang memicu kecemburuan sosial. Penyebaran informasi terkait bantuan disampaikan kepada masing-masing perangkat disetiap dusun. Jenis penelitian yang digunakan berupa kualitatif dengan teknik dokumentasi dan wawancara menggunakan metode interaktif. Subjek penelitian adalah pemerintah Desa Tarik dengan informan petugas sub Pembina Keluarga Berencana Desa (PKBD) ditentukan melalui teknik *purposive sampling.* Reduksi data, penyajian data, pengambilan keputusan dan verifikasi adalah teknik analisis data yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hal yang menjadi kendala dalam manajemen komunikasi pemerintah desa terkait fuktuasi ekonomi dalam bantuan Covid-19 adalah data rujukan menggunakan data statistik yang diperbarui setiap lima tahun sekali. Kondisi ekonomi masyarakat yang *fluktuasi* menjadi kesimpulan dari ketimpangan yang terjadi. Penggunaan data dari bagian Sub PKBD bisa dijadikan soluasi karena data diperbarui setiap bulan.

Kata Kunci : Data Penduduk; Komunikasi Pemerintah; Bantuan Covid-19

Diterima : 27-11-2021 Disetujui : 20-12-2021 Dipublikasikan : 30-12-2021

Local Government Communication Management Related to Economic Fluctuation in Covid-19 Assistance

Abstract

Communication management of the local government and its citizens is one of concern, especially in the pandemic phase. Pandemic brings many significant changes. The research aims to determine the dynamics of communication that occurs,along with the problem and solution. The reseach is signifant because communication between the government and uts citizens is critical during the pandemic. Reperts related to inquality in the provision of aid have a problem that triggers social jealousy. The finding shows that the dissemination of information conveyed through village authorities. This qualitative research with documentation and interview teqnique using interactive methods.The research subject was village government in the distric of Tarik with the informant was the village familly planning assistante or generally known as Sub-PKBD determined through purposive sampling technique. Data reduction, presenting data, conclusion and verification are data analysis techniques used. The data used to select beneficiaries of assistanceis statistical data. The problem occurs data to the outdated data which is updated every five years. The economic condition of the comunity tends to fluctuate. Therefore, it is highly recommended to usedata from the Sub PKBD because is always update pnece a month.

Keyword : Population data; Government communications; Covid-19 assistance

PENDAHULUAN

Virus Covid-19 yang hadir pada akhir 2019 sunguh mengejutkan dunia. Virus Covid-19 hadir membawa keresahan akibat penyebarannya di berbagai wilayah. Kasus yang terus meningkat dan semakin luas penyebarannya menjadikan Covid-19 ditetapkan sebagai pandemi. Hingga kini masih belum diketahui pasti penyebab terjadinya penularan. Pandemi tidak hanya dirasakan di Indonesia namun juga dunia. Protokol kesehatan yang harus dijalankan membawa dampak adanya batasan dalam melakukan kegiatan selama pandemi berlangsung.

Berdasarkan data pada 10 November 2020 yang dikutip dari *World Health Organization* (WHO) melalui data statistik, terdapat 440 569 kasus terjadi di Indonesia. Kasus baru terkonfirmasi sebanyak 2.853 dan 14.689 terkonfirmasi meninggal.

Perpanjangan karantina dilakukan dengan pertimbangan masih banyaknya kasus baru. Meningkatnya jumlah kasus juga berdampak pada banyak pekerja yang di rumahkan. Jumlah pengangguran di Indonesia pada triwulan II diperkirakan mengalami peningkatan hingga 4,25 juta orang berdasar data dari *Center of Reform in Economis* (CORE) Indonesia. Penyebaran Covid-19 yang semakin meluas tentu membawa pengaruh pada pertumbuhan ekonomi bangsa. Terdapat rekomendasi dari CORE Indonesia sebagai upaya penaggulangan masalah yaitu peninjauan ulang skema bantuan serta memberikan perioritas pada yang kurang mampu. Selain itu, mengoptimalkan bantuan berupa uang dan barang dengan mempercepat distribusi sesuai dengan kriteria pemanfaat.

Melalui rekomendasi tersebut, pengawalan yang rapi, rapat dan rapet

akan menjadikan seluruh program berjalan dengan baik dan disiplin (Rahmawati, 2019). Bantuan banyak berdatangan namun yang menjadi permasalahan adalah proses penyalurannya. Keragaman bantuan yang diberikan membutuhkan kriteria tersendiri bagi siapa yang berhak mendapat bantuan. Namun kenyataan praktiknya, masih belum berjalan sesuai dengan yang seharusnya. Fluktuasi ekonomi tentu membawa pengaruh pada data penerima bantuan, sehingga diperlukan pembaharuan data. Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu wilayah yang memiliki ragam pekerja. Pandemi Covid-19 juga membuat timbulnya keluhan masyarakat karena aktivitasnya yang harus terhenti sementara. Penelitian dilakukan khususnya untuk mengetahui bagaimana komunikasi terkait penyaluran bantuan Covid-19 di Desa Tarik. Kondisi pandemi juga permasalahan fluktuasi ekonomi yang dihadapi akan sangat terbantu dengan adanya manajemen komunikasi. Hadirnya penelitian ini diharap bisa memberikan pengetahuan hingga perubahan agar permasalahan yang dihadapi bisa terselesaikan.

KAJIAN PUSTAKA

Manajemen komunikasi bencana meliputi aset perencanaan, penanggulangan hingga pemulihan (Arif et al., 2021). Pandemi Covid-19 tengah mengubah banyak hal. Covid-19 hadir di Indonesia sebagai permasalahan kesehatan yang patut di waspadai. Seiring dengan waktu, wabah tersebut semakin meluas dan kini tidak lagi menjadi masalah kesehatan namun juga masalah sosial. Penyebaran kasus yang terus meningkat juga membuatnya di tetapkan sebagai pandemi.

Batasan semakin gencar di terapkan, kebiasaan baru kini tengah mengubah segala sektor kehidupan. Siapapun yang tengah mengalami dipastikan harus banyak beradaptasi. Optimalisasi pemanfaatan teknologi dan sumber daya manusia untuk membangun hubungan adalah tujuan utama komunikasi (Syahputra, 2017). Kebijakan baru banyak dirumuskan dengan alasan keselamatan.

Mencapai hasil yang maksimal dari suatu kebijakan yang telah disepakati adalah tujuan dari sebuah strategi (Aditya, 2017). Kondisi pandemi tentu berdampak pada sektor ekonomi. Protokol kesehatan yang di terapkan sangat bertolak belakang dengan pertumbuhan sektor ekonomi. Masalah perekonomian jangka panjang adalah pertumbuhan ekonomi. Pada dasarnya, proses pertumbuhan output perkapita dalam jangka panjang dapat diartikan sebagai suatu pertumbuhan ekonomi (Syahputra, 2017). Bagaimana tidak, kebijakan baru tengah mengubah segalanya sampai manusia dibelahan dunia harus merasakan dampaknya. Pariwisata ditutup, pendidikan diliburkan, pengusaha juga banyak gulung tikar.

Kondisi tersebut juga menuntut siapapun untuk berada di kondisi 'saling'. Tolong menolong adalah strategi pertama yang diterapkan agar kehidupan terus berjalan. Pendekatan komunikasi yang sederhana dan persuasif dapat membangkitkan kesadaran akan manfaat yang diperoleh (Onainor, 2019). Uluran tangan para dermawan berdatangan

dalam rangka kemanusiaan. Pemerintah juga masyarakat sama-sama berupaya agar semua tetap baik-baik saja. Sinergi keduanya adalah stimulus agar kondisi kembali membaik dan segala sektor kembali pulih.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah interaktif dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Perangkat desa dan petugas bagian kesejahteraan masyarakat adalah kriteria subjek penelitian ditambah dengan petugas dari sub pembina keluarga berencana sebagai informan. Teknik yang digunakan dalam memilih subjek adalah *purposive sampling*. Subjek yang digunakan adalah lima orang dengan rincian sekretaris desa, petugas penyampaian bantuan, humas, ketua Sub PKBD, dan pendata. Sedangkan teknik penelitian yang digunakan adalah wawancara mendalam dan dokumentasi. Proses penelitian dilakukan sejak Agustus hingga September 2020. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, pengambilan keputusan dan verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Akhir tahun 2019 Indonesia mulai menghadapi adanya virus Covid-19 hingga kini 2021 yang telah berubah menjadi pandemi Covid-19. Pandemi yang tidak bisa dihindari. Pandemi yang membawa dampak disegala sektor secara kompleks. Kebiasaan baru menjadi tradisi karena ruang gerak yang terbatasi. Inovasi adalah salah satu upaya yang bisa dilakukan agar bisa terus bertahan di era pandemi.

Pendapatan warga hingga negara mengalami penurunan diakibatkan oleh meningkatnya kasus baru setiap harinya. Kontras dengan itu, pemerintah tetap memberikan bantuan sebagai upaya meringankan beban. Pihak swasta atau bahkan perorangan juga turun tangan memberikan bantuan sesuai kehendak pribadi. Bantuan diberikan secara langsung atau melalui lembaga pemerintah setempat. Setiap lembaga pemerintah yang tersebar hingga pada tingkat desa juga berupaya untuk membantu warga melalui pemberian bantuan. Desa Tarik adalah salah satu wilayah di Kabupaten Sidoarjo yang juga terdampak. Diketahui, proses pemberian bantuan pada desa tersebut adalah dengan menginformasikan pada setiap dusun untuk selanjutnya ditindaklanjuti sendiri oleh penerima bantuan atau pemanfaat. Data penerima bantuan didapatkan melalui data statistik kementrian sosial namun data tidak valid karena data yang digunakan adalah data lama (Mufida, 2020).

Dinamika Komunikasi Demi Kelangsungan Hidup Akibat Pandemi Covid-19

Kemunculan Covid-19 membuat kondisi berubah dengan cepatnya. Pembatasan yang diterapkan demi keselamatan membuat roda kehidupan seakan terhenti sementara. Desa Tarik menjadi salah satu wilayah yang terdampak pandemi Covid-19. Desa dengan jumlah penduduk yang cukup padat terhitung sejumlah 4.177 jiwa membutuhkan adanya efektifitas juga strategi khusus dalam mengahadapi pandemi.

Informasi dan solusi atas apa yang

terjadi diperlukan untuk menghalau keresahan. Protokol kesehatan terkadang masih dilanggar bukan karena tidak ingin saling menjaga namun terpaksa karena memang harus tetap bekerja. Bekerja agar tetap menghasilkan dan bertahan.

Kondisi yang menghawatirkan tentu tidak lepas dari perhatian pemerintah dengan lahirnya kebijakan baru yaitu adanya penyaluran bantuan. Bantuan yang diberikan untuk meringankan dan kebijakan protokol kesehatan bisa lebih maksimal.

Desa Tarik mendapatkan beragam bantuan sebelumnya sudah ada program keluarga harapan dari kementrian keuangan, terdapat 118 penerima pemanfaat. Adanya pandemi, bantuan semakin beragam diantaranya adalah bantuan sosial tunai dengan jumlah penerima sebanyak 281. Bantuan jaring pengaman sosial sejumah 144 dalam rangka percepatan penanganan dampak Covid-19. Bantuan kementrian sosial sejumlah 64 penerima. Sejumlah 287 penerima bantuan pangan non tunai desa Tarik dan bantuan non tunai dari anggaran pendapatan belanja daerah sejumlah 19 penerima.

Ragam bantuan dengan jumlah masyarakat desa tentu tidaklah merata, sehingga terdapat kebijakan untuk mendahulukan yang kekurangan dengan alokasi bantuan sesuai ketentuan. Kondisi yang cukup krusial ditambah kasus yang terus meningkat membuat masyarakat banyak yang terkena serangan panik. Ragam media dijadikan rujukan atas segala pertanyaan. Secara garis besar, terdapat tiga macam media; berbentuk ucapan, tulisan, atau gambar hidup (Kurniawan & Asy'ari, 2019). Namun yang terjadi, pemberitaan justru tidak berfokus pada upaya penanggulangan tapi fokus pada drama peristiwanya (Sukmono & Junaedi, 2018).

Penanggulangan bisa disampaikan pada orang terdekat atau masyarakat luas. Pandemi Covid-19 menjadi masalah yang cukup komplek karena bukan hanya sektor tertentu yang berupaya, namun semuanya. Tim medis berada di garda terdepan bertaruh nyawa demi keselamatan jiwa. Para pendidik dengan tugas dan pemahamannya membantu untuk menghalau keresahan dengan ilmu dan teknologi. Adanya saling dapat menjadi kolaborasi dan mitra baik bagi pemerintah (Junaedi & Sukmono, 2020). Komunikasi verbal maupun non verbal yang dilakukan seseorang adalah komunikasi *behavioral* (Amah & Hana, 2019; Kurniawan & Asy'ari, 2019). Kasus pandemi Covid-19 yang kini terjadi membawa dampak lebih pada tindakan komunikasi, umumnya berupa keluhan karena batasan sampai pada banyaknya uluran tangan para dermawan. Komunikasi yang awalnya terjalin leluasa jadi ada batasan yang harus dijaga, demi kehidupan kedepannya. Bagi sebagian orang, interaksi menjadi salah satu hal yang penting (Dewi et al., 2020). Namun terlepas dari itu semua, interaksi harus tetap terjalin antar sesama.

Tabel 1 Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN) edisi November 2020 pada masa pandemi Covid-19 menunjukkan grafik (APBN KITA, 2020)

Penerimaan Pajak	Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP)	Belanja Pemerintahan Pusat	Transfer ke Daerah dan Dana Desa (TKDD)
Realisasi pajar tahun 2020 lebih rendah 15,58 persen dari tahun sebelumnya	Realisasi PNBP 2020 tumbuh negatif sebesar 16,34 persen dari periode yang sama ditahun 2019	Belanja pemerintahan pusat tumbuh 19,90 persen di bandingkan tahun sebelumnya	TKDD Rp6977,95 triliun, tumbuh negatif 3,12 persen dari periode yang sama tahun sebelumnya

Sumber : APBN KITA November 2020

Covid-19 yang mulanya adalah virus dan menjadi masalah sektor kesehatan, berubah menjadi pandemi. Secara tidak langsung berdampak di sektor lain. Krisis yang terjadi membuat masyarakat yang tidak terbiasa menjadi resah dan terhentak dengan kondisi yang ada (Venus et al., 2020). Berbagai cara dipikirkan agar bisa terus bertahan, serta roda ekonomi tetap stabil difase pandemi. Berbagai inovasi lahir dari tradisi yang bermula dari kebiasaan baru. Teknologi menjadi solusi terbaik untuk komunikasi selama pandemi. Pemerintah berupaya memberikan bantuan dengan harapan pemenuhan kebutuhan meski ada batasan (PH et al., 2020).

Pemberian bantuan dilakukan secara langsung atau melalui perantara dari perangkat desa setempat. Kenyataannya, masyarakat masih banyak mengeluh akibat adanya ketimpangan atas penerimaan bantuan. Sebagai penghubung antara pemerintah dan warganya, maka humas harus berperan aktif dalam prosesnya. Seiring dengan perkembangan zaman, bisa dikatakan fungsi humas semakin substansial dalam menghadapi krisis yang terjadi (Kriyantono, 2019). Cerdas dalam berkomunikasi yaitu mampu mendesain pesan dengan baik dan mampu melihat situasi dan kondisi waktu kepada siapa dan dimana kita berbicara serta menggunakan media apa (Adrian & Sasongko, 2019). Pesan bisa diterima dengan baik melalui interaksi yang efektif dan komunikatif. Komunikasi yang baik juga bisa berdampak pada kesehatan mental, loyalitas hingga timbul rasa senang dan hormat (Mata et al., 1967).

Narasi Media Terhadap Kondisi Covid-19

Narasi media yang tersebar dengan luasnya tentu berdampak. Kondisi terkait dengan pandemi menjadi informasi yang belum juga berkesudahan (Rahmawati, 2019). Informasi dibutuhkan untuk menghalau keresahan bukan sekedar himbauan. Kondisi yang mulanya narasi medis kini menjadi narasi sosial yang liar dan memporak porandakan rasionalitas (Gunawan, 2020). Seluruh lapisan masyarakat merasakan kecemasan

yang diakibatkan oleh pandemi. Adanya komunikasi bertujuan untuk meredam, tidak jarang pula kerjasama terjalin dalam rangka kemanusiaan. Tindakan aktif juga komunikasi yang positif dilakukan sebagai upaya bertahan hidup. Kerugian diberbagai sektor disebabkan oleh pandemi Covid-19. Penurunan pajak dan peningkatan belanja dalam rangka mengatasi kondisi darurat menjadi 'kerugian' yang dialami oleh negara (Hadiwardoyo, 2020). Perekonomian Indonesia juga dipengaruhi oleh perekonomian global seperti analisis sentivitas, ditemukan bahwa perlambatan 1% pada perekonomian China maka mempengaruhi -0,09% pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Nasution et al., 2020). Demi mempertahankan kesejahteraan maka pemerintah harus lebih komprehensif. Paket bantuan, program kesadaran publik dan karantina yang menjadi kebijakan pemerintah membawa dampak bagi pengembalian pasar (Ashraf, 2020). Namun di lapangan, praktiknya tentu tidak mudah. Proses penyaluran bantuan membutuhkan adanya kolaborasi dalam setiap elemen pemerintahan juga warganya terutama ditingkat desa yang berhubungan langsung. Desa Tarik dalam prosesnya melakukan penyerahan bantuan berdasarkan data yang tersedia namun keluhan masih diterima karena adanya warga yang tidak mendapat bantuan sama sekali ditengah warga yang bisa mendapat bantuan lebih padahal dalam kondisi yang sama-sama membutuhkan.

Proses pemberian informasi bantuan disampaikan melalui perangkat dusun di kawasan Desa Tarik. Terdapat empat dusun terdiri dari 2.072 penduduk laki-laki dan 2.105 penduduk perempuan dengan total keseluruhan adalah 4.177 jiwa. Jumlah penduduk yang tidak sedikit tentu membutuhkan strategi komunikasi sendiri juga kriteria dalam penentuan pemanfaat. Terkait dengan transfer ke daerah dan dana desa edisi November 2020 mencapai Rp697,95 triliun yang tumbuh negatif 3,12 persen dari periode sebelumnya.

Adanya pergerseran dan pola pembelian konsumen adalah dampak yang dihasilkan dari pandemi Covid-19 (Hardilawati, 2020). Kehilangan pendapatan juga berkurangnya tenaga kerja adalah dampak pandemi pada sektor ekonomi (Pakpahan & Aknolt, 2020). Wabah Covid-19 telah mengubah budaya sosial masyarakat, namun kecemasan dan ketidakpastian dapat di lawan dengan beberapa interaksi positif seperti sopan dan saling menghormati (Farisi et al., 2020). Solidaritas bersama untuk mengeluarkan bantuan juga lahir dari intensitas pemberitaan yang tinggi (Junaedi & Sukmono, 2020). Kesejahteraan terjadi karena uluran tangan para dermawan. Pihak pemerintah bahkan perorangan memberikan bantuan kepada yang membutuhkan.

Bantuan berdatangan sebagai upaya untuk meringankan beban. Kondisi ekonomi masyarakat yang fluktuatif juga menjadi alasan transfer daerah. Kondisi pandemi kini membuat siapapun membutuhkan pertolongan, tidak peduli dari lapisan masyarakat seperti apa semua butuh bantuan. Sejauh ini, sistem penyerahan bantuan diberikan

langsung kepada pemanfaat. Kondisi yang membutuhkan tidak menjamin efektifnya penerimaan bantuan karena masih ada kemungkinan untuk menerima banyak bantuan atau tidak sama sekali. Faktor tersebut terjadi karena acuan data yang digunakan adalah data statistik yang diperbaharui setiap lima tahun sekali, sehingga memungkinkan terjadi perbedaan ketika pendataan di lakukan, warga dalam kondisi mampu. Namun karena *fluktuasi* ekonomi, bisa membutuhkan bantuan sewatu-waktu. Sehingga, pembaruan data sangat diperlukan agar bantuan dapat tersampaikan tepat sasaran.

Data Pembina Keluarga Berencana Desa Solusi Fluktuasi Ekonomi

Bantuan yang diberikan melalui perantara pemerintah desa sangatlah beragam sehingga membutuhkan strategi dalam penyampaiannya. Mulai dengan mengetahui kriteria pemanfaat pada setiap bantuan yang akan diberikan. Petugas mengetahui data dari file desa terkait dengan siapa penerima bantuannya. Namun masalahnya adalah data tersebut bukanlah data terbaru. Fluktuasi ekonomi yang dialami masyarakat membuat penerimaan bantuan tidak merata. Hal tersebut bisa ditanggulangi dengan adanya kerjasama antara petugas kesejahteraan sosial dan pendata keluarga berencana.

Mengacu pada kebijakan di Kabupaten Sidoarjo, sub PKBD termasuk bagian dari Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN). Sedangkan di desa, Sub PKBD menjadi salah satu elemen yang bertugas melakukan pendataan terkait dengan latar belakang pendidikan, jumlah penduduk, kesehatan, hingga pekerjaan warga desa. Data yang diperoleh akan terus diperbarui setiap bulan sehingga akan terpantau bagaimana pertumbuhan atau kondisi masyarakat secara berkala.

Terkait dengan penyampaian bantuan diperlukan kerjasama antara pendata dan petugas kesejahteraan Hal tersebut membuat komunikasi yang tejalin semakin komunikatif dan efektif dengan memanfaatkan semua elemen yang ada di desa. Komunikasi dan kerjasama terbangun antar keduanya sangat membantu agar bantuan bisa tersampaikan tepat sasaran dan tidak ada lagi ketimpangan.

Sinergi Komunikasi Pemerintah Desa Mengikis Masalah Ekonomi Akibat Pandemi

Strategi komunikasi pemerintah desa terkait dengan alokasi bantuan menjadi titik perhatian. Beragam bantuan yang berdatangan hingga penentuan pemanfaat bantuan diikuti dengan efektifitas pesan didalamnya. Bagaimana data berbicara juga petugas yang menyampaikan informasi berharga. Informasi yang ditunggu oleh warganya berupa pesan penerimaan bantuan agar bisa terus bertahan. Terkait dengan pelayanan publik, pesan yang disampaikan merupakan informasi dan penjelasan terkait dengan berbagai hal tentang pelayanan publik (Hardiansyah, 2015). Petugas membutuhkan informasi, sedangkan masyarakat membutuhkan bantuan karena kondisi. Mengacu pada jumlah penduduk dan kondisi masyarakat

melalui data PKBD maka bantuan bisa tersampaikan sesuai sasaran. Melalui sinergi antar petugas pelayanan desa maka bantuan bisa diterima sesuai dengan kondisi. Petugas dapat mengetahui bagaimana menjadi pendengar yang baik juga komunikator yang aktif melalui komunikasi interpersonal yang efektif (Nurhayani, 2011).

Fluktuasi ekonomi menjadi poin yang harus diperbaiki. Sinergi komunikasi antara petugas pelayanan dan pendata menjadi awal terciptanya pesan berupa data dan berakhir dengan penyampaian bantuan yang tepat sasaran. Terkait elemen data yang di butuhkan untuk penentuan pemanfaat bisa menggunakan data dari sub PKBD karena data masih terkait yaitu tidak lepas dari masalah kependudukan. Harapan akan ketepatan bisa diwujudkan dengan adanya sinergi komunikasi. Dampak negatif dalam pelayanan publik atau menghindari prasangka buruk bisa dengan memperhatikan etika komunikasi dalam pelayanan (Falimu, 2017).

Beragam bantuan diharapkan dapat meringankan beban masyarakat yang terdampak pandemi. Pemerintah tetap bertanggung jawab memberikan bantuan agar tercapai kesejahteraan. Proses yang harus dilakukan adalah ketersediaan data, penyampaian bantuan, juga penerimaan bantuan. Komunikasi menjadi elemen pentingnya harus dijaga oleh perangkat dan masyarakat. Dalam salah satu bukunya, Daddy Mulyana juga menyampaikan jika persepsi yang terjalin memiliki kesamaan, maka komunikasi akan terjalin semakin mudah.

KESIMPULAN

Pandemi Covid-19 hadir mengubah tatanan yang membawa kerugian diberbagai sektor kehidupan. Kondisi *New Normal* membawa keresahan tersendiri karena pembatasan juga tuntutan untuk terus bertahan. Masyarakat mengharap adanya uluran tangan untuk bertahan dalam batasan, namun yang terjadi bantuan justru tidak tepat sasaran. Masih banyak di temui keluhan akibat tidak menerima bantuan. Acuan data statistik yang di perbarui setiap lima tahun sekali inilah yang menjadi penyebab ketimpangan terjadi. Kondisi ekonomi yang fluktuatif menjadi faktor yang membawa pengaruh cukup tinggi.

Hal tersebut bisa terjadi karena perbedaan kondisi saat pendataan dan ketika bantuan datang. Pembaharuan data bisa dijadikan solusi dan komunikasi diperlukan untuk menuntaskan polemik yang terjadi. Desa Tarik memiliki lembaga Pembina Keluarga Berencana Desa (PKBD) yang bertugas melakukan pendataan terkait dengan jumlah penduduk, angka produktifitas bekerja dan lain sebagainya, terlebih data di perbaruhi setiap satu bulan sekali. Data yang ada bisa digunakan sebagai acuan penentuan pemanfaat bantuan. Petugas membutuhkan informasi, sedangkan masyarakat membutuhkan bantuan karena kondisi. Sinergi komunikasi yang terjalin antar perangkat desa inilah yang menjadi cikal bakal tersampainya bantuan sesui sasaran. Sebelumnya, masih banyak keluhan, namun kini sudah di halau melalui pendataan yang di lakukan pendata di setiap dusun. Segala

keluhan akan di sesuaikan dengan kondisi masyarakat yang ada, sekiranya bantuan apa yang bisa di berikan pada warga. Dengan begitu, komunikasi akan lebih efektif, penyaluran bantuan oleh petugas bagian kesejahteraan masyarakat juga terbantu karena data yang di peroleh dari lembaga PKBD. Akan sangat di sayangkan apabila bantuan yang diberikan jadi tidak tersampaikan. Dalam hal ini, manajemen komunikasi di perlukan. Pemberian bantuan kepada masyarakat desa Tarik bisa tersalurkan, tepat sasaran dan bisa mencapai kemakmuran.

DAFTAR PUSTAKA

APBN KITA. (2020). Jakarta: Kementrian Keuangan Republik Indonesia.

Aditya, W. R. (2017). Strategi Komuniksi Pemasaran (Studi pada event tupperware home party dalam menjaga loyalitas kosumen PT Riau Cahaya Utami di kota Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa FISIP*, 6.

Al farisi, L., Wiyono, T., & Nurhuda, M. (2020). Pengelolaan Kecemasan dan Ketidakpastian dalam Menghadapi Wabah Covid-19. *Ettisal Journal of Communication*, 94.

Amah, M., & Hana, F. T. (2019). Family communication model in establishing understanding of media literacy. *Jurnal Komunikator*, 108-112.

Amah, M., & Hana, F. T. (2019). Family Communication Model In Establishing Understanding Of Media Literacy. *Jurnal Komunikator*, 108-112.

Ashraf, N. B. (2020). Economis Impact of Government Interventing During The Covid-19 Pandemic. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 1-9.

Budi, D., & Arifianto. (2020). *Urgensi Komunikasi dalam Perorangan Covid-19.* Yogyakarta: Buku Litera.

Darma Dita, A. N., Erlinda, & Muda, I. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *Journal Benefita*, 212-224.

Darmin, & Tuwu. (2020). Kebijakan pemerintah dalam penanganan pandemi Covid-19. *Journal Publicuo*, 267-278.

Dewi, A., Hidayat, R., & widhagda, M. F. (2020). Dinamika komunikasi dalam resolusi konflik sosial. *Jurnal kebijakan sosial*, 1-58.

Dewi, A., Hidayat, R., Widhagda, M. F., & Purwanto, W. (2020). Dinamika Komunikasi Dalam Resolusi Konflik Sosial. *Jurnal Kebijakan Sosial*, 1-58.

Falimu. (2017). Etika Komunikasi Pegawai Terhadap Pelayanan Pemeriksaan Pajak Bumi dan Pembangunan. *Jurnal Komunikator*, 9-16.

farisi, L. A., Wiyono, T., & Nurhuda, M. (2020). Pengelolaan Kecemasan dan Ketidakpastian dalam Menghadapi Wabah Covid-19. *Ettisal Journal of Communication*, 94.

Gunawan, B. (2020). *Dinamika Komunikasi Dimasa Pandemi Covid-19.* Yogyakarta: Buku Litera.

Hardiansyah. (2015). *Komunikasi Pelayanan Publik : Konsep dan Aplikasi*. Yohyakarta: Gava Media.

Imam, Z. (2011). *Bekal untuk pemimpin*. Ponorogo: Trimurti Press.

Indonesia, K. K. (2020). *APBN KITA*. Jakarta.

Junaedi, F., & Sukmono, F. G. (2018). Menggagas Jurnalisme Optimis dalam Pemberitaan Tentang Bencana. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 107-120.

Junaedi, F., & Sukmono, F. G. (2020). Perilaku Mahasiswa Dalam Mencari dan Menyebarkan Informasi Covid-19 di media Sosial. *Jurnal Aspikom*, 252.

Kriyantono, R. (2019). The Implimentation of Permenpan-RB No 29/2011 in Crisis Management of Government Public Relation. *Jurnal Komunikator*, 1-14.

Kurniawan, W., & Asy'ari, N. A. (2019). Strategi Komunikasi OPPM Darussalam Gontor dalam Melaksanakan Kaderisasi. *Sahafa Jaournal of Islamic Communication*, 109.

Laura, W., & Hardilawati. (2020). Strategi bertahan UMKM ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 91.

Lukas, K., Pasoreh, Y., & Golung, A. M. (2020). Peran komunikasi pemerintah dalam membangun citra kepemimpinan desa Ponompiaan. *Acta Diurna Komunikasi*.

Mufida, A. (2020). Polemik pemberian bantuan sosial di tengah pandemic covid-19. *journal UIN Jakarta*, 164.

Muhammad, A., & Lestari, S. S. (2021). Manajemen Komunikasi Bencana Pemerintah Desa Dalam Penanganan Covid-19. *Komunikasiana Journal of Communication Studies*, 7.

Muhibudin, & Laksana, W. (2015). *Psikologi Komunikasi : Membangun Komunikasi yang Efektif dalam Interaktif Manusia*. Bandung: Pustaka Setia.

Muslih, B. (2020). Urgensi Komunikasi Menimbulkan Motivasi Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 51-65.

Nasution, A. D., Erlina, & Muda, I. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *Journal Benefita*, 212-224.

Nurhayani. (2011). Peran Komunikasi Interpersonal dalam Upaya Meningkatkan Kualitas pelayanan Perpustakaan. *Jurnal Iqra'*, 12-22.

Pakpahan, & Aknolt, K. (2020). Covid-19 dan Implikasi bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 1-6.

PH, L., Suwoso, R. H., Febrianto, T., Kushindarto, D., & Aziz, F. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 bagi Perekonomian Masyarakat Desa. *Indonesian Journal of Nursing and Health Science*, 1-12.

Sahputra, D. (2020). Manajemen Komunikasi Suatu Pendekatan Komunikasi. Communication Management A Communication Approach. *Jurnal*

SImbolika : Research and Learning in Communication Study, 155.

Sasongko, S., & Adrian, D. (2019). Kecerdasan Berkomunikasi Dalam Perbedaan Agama (studi kasus pada pegawai beragama kristen dan pegawai beragama islam di FISIPOL Universitas Kristen Indonesia. *Ettisal Journal Of Communication*, 46.

Sukmono, F. G., & Junaedi, F. (2018). Jurnalisme Sensitif Bencana Dalam Manajemen Pencarian, Pengelolaan Informasi dan Pemberitahuan Bencana di ruang Redaksi. *Jurnal Aspikom*, 712-721.

Syahputra, R. (2017). Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan sekonomi Indonesia. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 183.

Tuwu, & Darmin. (2020). Kebijakan Pemerintah dalam Penanganan Pandemi Covid-19. *Journal Publicuho*, 267-278.

Venus, A., Octavianti, M., Karimah, K. E., & Arifin, H. s. (2020). Komunikasi Krisis Forum Ekonomi Kreatif Kabupaten Bandung Barat Menghadapi Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 117-134.

Wahyu kurniawan, N. a. (2019). Strategi komunikasi OPPM Darussalam Gontor dalam Melaksanakan Kaderisasi. *Sahafa Journal of Islamic Communication*, 109.

Wan, L., & Hardilawati. (2020). Strategi Bertahan UMKM di tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 91.

Wibowo, H. (2020). Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19. *Journal of Bussines and Enterpreneurship*, 83-92.

Vol. 6, No.2, Desember 2021

Available at:
https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/ettisal
http://dx.doi.org/10.21111/ejoc.v6i1.6862

ETTISAL
JOURNAL OF COMMUNICATION
P-ISSN 2503-1880
E-ISSN 2599-3240

Text-Based Computer-Mediated Communication On Thesis Supervision Through Whatsapp In Pandemic Era

Palupi[1], Lulu Adzizah Febrianti[2]
[1,2]Department of Communication Science, Universitas Muhammadiyah Surakarta
A. Yani, Mendungan, Pabelan, Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah, 57169, Indonesia
[1]palupi@ums.ac.id,
[2]lulurizkyana123@gmail.com

Abstract

The learning and teaching processes have shifted from offline to online during Covid-19 pandemic. Online platforms are used to support learning and teaching process from early childhood to higher education institution. Another process that is important in the teaching and learning process in universities is the process of thesis supervision which before the pandemic used to be held face-to-face. Lecturers and students of the Department of Communication Science, Universitas Muhammadiyah Surakarta use WhatsApp as a text-based Computer Mediated Communication (CMC) platform in conducting thesis supervision. Text-based CMC is lack of nonverbal and visual experiences compared to face-to-face communication. This research aim is to understand how CMC perspectives are developed between thesis supervisors and their students in thesis supervision process using WhatsApp. A descriptive qualitative research method was used in this study involving 3 thesis supervisors and 3 students as informants. Semi-structured interview was used to collect data. The results showed that the communication perspective in the thesis supervision process through WhatsApp are: (1) impersonal, indicated by the lack of nonverbal cues, delayed feedback, lack of conversational language, and focus distracted. (2) Interpersonal, indicated by the time of interaction, motivation, and the use of emoticons, and (3) hyperpersonal, indicated by online presentation management.

Keywords: *text-based computer-mediated communication, communication perspective, WhatsApp, thesis supervision process*

Submited: 6-11-2021 Accepted : 25-12-2021 Published :30-12-2021

Komunikasi Bermediasi Komputer Berbasis Teks dalam Bimbingan Skripsi Melalui WhatsApp di Masa Pandemi

Abstrak

Pandemi COVID-19 telah membawa dampak pada penyelenggaraan pendidikan. Penyelenggaraan pendidikan dan pengajaran beralih dari luring menjadi daring. Platform daring dimanfaatkan untuk mendukung proses belajar mengajar mulai dari tingkat PAUD hingga perguruan tinggi. Bimbingan skripsi adalah proses yang penting dalam pengajaran di perguruan tinggi. Bimbingan skripsi yang sebelum pandemi biasa dilakukan dengan konsultasi tatap muka. Dosen dan mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta memanfaatkan WhatssApp sebagai salah satu platform komunikasi bermediasi komputer berbasis teks dalam bimbingan skripsi. Komunikasi bermediasi komputer berbasis teks sangat dibatasi oleh kehadiran isyarat nonverbal dan visual dibanding dengan dengan komunikasi tatap muka. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana perspektif komunikasi bermediasi komputer berbasis teks yang dikembangkan dalam bimbingan skripsi melalui *WhatsApp*. Metode penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini dengan jenis metode deskriptif. Penelitian ini melibatkan tiga orang dosen dan tiga orang mahasiswa dengan pengumpulan data berupa wawancara semi struktur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perspektif komunikasi dalam proses bimbingan skripsi melalui *WhatsApp* adalah (1) impersonal ditunjukkan dengan minimnya isyarat nonverbal, umpan balik yang tertunda, minimnya bahasa percakapan, dan fokus komunikasi yang terbagi. (2) Interpersonal ditunjukkan dengan lamanya waktu berinteraksi, adanya motivasi, dan juga penggunaan *emoticon,* dan terakhir (3) hyperpersonal dengan adanya upaya pengaturan kesan.

Kata kunci: *komunikasi bermediasi komputer berbasis teks, perspektif komunikasi, WhatsApp, bimbingan skripsi*

INTRODUCTION

Learning management system, video-mediated communication, or text-based computer-mediated communication are commonly used as online thesis supervision in universities. The use of online platforms in the process of thesis supervision has been practiced by several universities even before the pandemic occurred (Aghaee, 2015; Tuhkala & Kärkkäinen, 2018). However, the Covid-19 pandemic has been causing almost all universities to switch face-to-face thesis supervision to online.

Thesis supervision is a process that requires intense communication between the supervising lecturers and their students. Research related to the learning process showed that face-to-face interaction is the best form of communication to increase student engagement in learning (Norman, 2020). However, the pandemic has forced universities to conduct online teaching activities which require lecturers and students to adapt to these conditions. Thesis supervision is a form of knowledge transfer from lecturers to students. Knowledge transfer is important in the teaching process because it is a process of transmitting knowledge such as experiences and lessons from lecturers to students (Suebsom, 2015). Albino et al., (2004) stated that knowledge transfer involves communication between individuals and this can be mediated by technology in the transmission of

information.

Previous studies showed that online teaching offers many benefits to students because this type of teaching is student-centered and more flexible (Dhawan, in Coman et al., 2020). The consideration of choosing what type on online platform in thesis supervision is based on the advantages and disadvantages of each platform. However, platform convenience and accessibility are likely the strongest reasons to choose the platform.

WhatsApp is the most likely online application used in the thesis supervision process during the pandemic in Indonesia considering that its users reached 68.8 million with an increase of 15.1% as of August 2020 (Business Insider, retrieved from Backlinko, 2021). Compared to other instant messaging applications such as Telegram, Slack, Line, or Google Chat, WhatsApp is the most popular to use in Indonesia. Yalcinalp (in Yeboah & Ewur, 2014) stated that the value of WhatsApp application encourages students to learn, make teaching more efficient and effective, and build relationships that stimulate teaching to be consistent and progressive. This application makes it easier for students and supervisors to communicate and discuss without meeting face to face.

There were 187 students of the Department of Communications Science Universitas Muhammadiyah Surakarta who submitted a thesis proposal seminar in the 2020/2021 academic year. From this data, 151 students were able to complete their thesis in the same academic year. During the Covid 19 pandemic which coincided with the 2020/2021 academic year, lecturers of the department provided thesis supervision to students through various online platforms, including the Zoom, Google Meet, and WhatsApp. WhatsApp is the most used in the thesis supervision process.

Text-based computer-mediated communication through WhatsApp on the one hand is considered to have shortcomings due to the limited nature of the communication that occurs. The lack of nonverbal cues, asynchronous time, or the difficulty of conveying natural language are distractions that cause communication barriers (in Thurlow et al., 2007).

This obstructed communication raises problem of whether the supervision process can run smoothly so that it does not hinder the completion of student thesis. Research related to text-based computer-mediated communication resulted in three communication perspectives, namely impersonal, interpersonal, and hyperpersonal (Walther, 1996). Impersonal, means that communication is based only on the purpose of task completion. Interpersonal means that communication involves not only messages exchange, but also feelings. Meanwhile, hyperpersonal means communication that surpasses the face-to-face communication (Walther, 1996).

LITERATURE REVIEW

At the beginning, research stated that text-based CMC was impersonal, therefore the nature of the communication seemed flat (Walther, 2007). Impersonal

communication which lacks of nonverbal cues usually obstruct the achievement of effective communication. However, further research found that text-based computer-mediated communication can also be interpersonal. In this perspective, the establishment communication is more intimate (Walther and Burgoon, 1992). While the hyperpersonal perspective arises as a result of message sender to make a selective self-presentation.

December (in Thurlow et al., 2007) stated that computer-mediated communication is a communication process that occurs between humans by utilizing computers as a channel in a specific context and purpose. The computer referred to not only computer hardware, but also software, specifically the internet (Herring in Thurlow et al., 2007).

The study of computer-mediated communication has been growing in recent decades. Although studies about CMC have been increasing and becoming a trend in the internet era as it is today, studies in this scope began with the early development of text-based communication technology through the internet. Emails, internet relay chat, or multi-player dungeons are the early stories of how computer-mediated communication occurred.

There are three perspectives generated in text-based computer-mediated interpersonal communication research, namely: impersonal, interpersonal, and hyperpersonal (Walther, 1996). The initial approach used in text-based computer-mediated communication research is the Deficit Approach. In his research, Walther (1996) found that text-based computer-mediated communication has limitations due to the nature of the technology which can only transmit text. There are three models in this approach: the Social Presence Model, the Cuelessness Model, and the Media Richness Model.

The three models see that text-based computer-mediated communication has limitations including the absence of visual cues, the absence of nonverbal cues, and technological limitations consisting of (1) the ability of the channel to transmit multiple signals, (2) the ability of the channel to provide immediate feedback, (3) the ability of the channel to support the use of conversational language, and (4) personal focus. These limitations reduce the quality of interaction between users. Such conditions give rise to an impersonal communication perspective where the communication process that occurs is task-focused and rigid (Thurlow et al., 2007).

In its development, along with the more natural process of communication that occurs, the question arises: does the absence of nonverbal signs cause a complete loss of social interaction in text-based computer-based communication? In fact, there are many internet users who can develop good relationships and maintain them. Thurlow dan Brown (2003) supported the term Imperative Communication where humans will always strive to increase communication and interaction satisfaction regardless of technological barriers that might prevent us from getting the fulfillment of the expected relationship.

Using the Social Information Processing Model, Walther dan Burgoon (1992) found that as internet users communicate with each other longer, the communication will be more interpersonal and equals the quality of face-to-face communication. In interpersonal perspective, internet users can exchange feelings in text-based computer-mediated communication over time.

There are several interpersonal natures in computer-mediated communication (Thurlow et al., 2007): (1) length of time spent online, (2) previous interactions, (3) anticipation of future interactions, (4) expectations and motivations, (5) chronemics (information related to when messages were sent/received), and (6) emoticons.

Another study also found that text-based computer-mediated communication can be hyperpersonal. Hyperpersonal means that communication on the internet can be friendlier, more social, and closer than face-to-face communication (Walther, 1996). This idea started from Goffman's idea (in Thurlow et al., 2007) regarding impression management. Internet users tend to adjust their appearance in order to get the impression they want in the eyes of others.

Hyperpersonal communication can occur because senders adjust their appearance to get certain impression. In addition, the receiver idealizes the perception of the message sent by the sender. The asynchronous channel in text-based computer-mediated communication provides sufficient time for users to adjust communication involvement to their convenience. While feedback in lack of nonverbal cues condition is very likely to be exaggerated. In other words, users behave based on the expectations of others because the social data exchanged in the communication is selected before being sent and received by the user (Walther, 1996).

Previous research conducted by Coman et al., (2020) showed that online teaching which carried out exclusively would reduce the benefits of the teaching and would highlight the disadvantages. Meanwhile, Suparman (2021) showed that online thesis supervision during the pandemic is considered effective and efficient. The supervision given by the supervisor is clear to understand and follow. Meanwhile, from the student's point of view, online supervision helps them to write the thesis manuscript better, neater, and wider.

A study conducted by Kartikawati dan Pratama (2017) also showed that WhatsApp is able to create a conducive academic atmosphere because students can study anywhere and anytime. This study also showed that the implementation of teaching through WhatsApp is presented in a relaxed learning atmosphere. Moreover, good emotional closeness is formed along with the increasing intensity of communication through social media.

Communication between supervisors and students during thesis supervision through WhatsApp may have a certain communication perspective. The research question arise from this research

background and literature review is: How the perspective of text-based computer-mediated communication through WhatsApp is built between lecturers and students in the thesis supervision process at the Department of Communication Studies Universitas Muhammadiyah Surakarta? The supervision referred to in this study is focused on the process of exchanging information related to thesis writing. The purpose of this study is to determine the perspective of text-based computer-mediated communication through WhatsApp as a form of knowledge transfer between supervisors and students in the thesis supervision process.

METHOD

The method selection is based on this research objectives. Because this study seeks answers to the question of how, the qualitative method was chosen with the consideration that qualitative method is suitable to explain everyday events (Silverman, 2010). This research data collection used semi-structured interviews using an interview guide. The list of questions made by the researcher as guidance were developed to explore answers from informants to obtain in-depth information and data (Wengraf, 2001).

The population in this study were lecturers and students of the Department of Communication Science Universitas Muhammadiyah Surakarta who took thesis writing course in the 2020/2021 academic year. The sampling technique used purposive sampling with the following criteria: (1) lecturers and their students who use WhatsApp in thesis supervising at least once every two weeks, (2) lecturers who supervise students from class of 2017, and (3) students from class of 2017 with the consideration that in the 2020/2021 academic year the thesis writing course was offered to semesters VII-VIII students. There are six informants in this study: three supervising lecturers and three students. The following is the presentation of the data based on the thesis supervisor-student in pair:

Tabel 1: Research informants' data

No.	Thesis Supervisor	Student
1.	Lecturer D1	Student D
2.	Lecturer D2	Student N
3.	Lecturer D3	Student O

Source : Generated from data analysis

Data analysis was carried out in several stages. After the obtained data was transcribed, the data then reduced and grouped into several categories of analysis inductively.

RESULT AND DISCUSSION

This section will present the analysis and interpretation of the obtained data to answer how the perspective of text-based computer-mediated communication on WhatsApp occurs in thesis supervision. After conducting an inductive analysis, the researcher divided the analysis into three categories: 1). Impersonal perspective: limited communication channels, 2). Interpersonal perspective: the interpersonal nature of text-based computer-mediated communication, and 3). Impersonal perspective: impression management.

Impersonal Perspective: Limited Communication Channel

WhatsApp is an instant messaging application with more than five billion downloads worldwide. The six informants agreed that WhatsApp is a common and familiar application to use, making it easier for them to carry out the online thesis supervision process.

Even though WhatsApp has video call feature, informants still rely on communication via text in the thesis supervision process. The communication through text causes the sent message by the lecturer were interpreted differently by students. This caused Lecturer D3 repeatedly explain his meaning through text.

Another difficulty experienced by the Lecturer D2 when he had to explain the review of student's thesis manuscript in detail, for example when explaining data analysis. Informant have to expatiate the manuscript review so that students understand, but it turned out that students did not necessarily understand what the lecturer mean. With limited communication channels, lecturers eventually find a way out by sending feedback in voice notes or inviting students to provide supervision through video-based communication, for example through WhatsApp Call, Zoom, or Google Meet.

In addition, Lecturer D3 also stated that the capacity for sending files on WhatsApp is very limited, so it requires support from other applications like file sending applications. Lecturer D1 limits the use WhatsApp to only have thesis discussion, while the thesis manuscript review is sent through email.

On the other hand, all student informants felt that supervision process through WhatsApp was convenient because of the documents sending feature. Student O felt helped by his supervisor who often send her documents to be used as references in writing his thesis.

The channel limitation felt by the informants was the feedback delay, as stated by Student D:

> *"…, the disadvantage in using WhatsApp is that the feedback delay, so I have to wait for a reply from the lecturer and the lecturer waits for a reply from me." (Student D, March , 2021)*

The most common thing that is considered by all informants as an obstacle in the thesis supervision process is that incoming messages are often unread due to busyness or a large number of incoming messages. In addition, students assume that supervision through WhatsApp has problems in synchronizing thesis manuscript reviews.

The time spent for thesis supervision was also very limited. The Lecturer D1 stated that during pandemic, it is difficult for her to give on time review on student thesis manuscript, because she has to do a lot of online work at the same time, including teaching and doing another administrative work.

In general, those limitations are drawn in table below:

Table 2: Text-based CMC limitations according to informants

No.	Communication Limitation	Informants
1.	Receivers' different interpretations of messages or feedbacks on the given thesis review.	All informants
2	Super-detailed written thesis manuscript review.	Lecturer D2
3	Students' misunderstanding of the super-detail written thesis manuscript review.	Lecturer D2
4	The lack of platform's capacity to send numerous files.	Lecturer D1, Lecturer D3
5	Feedback delay.	Student D, Student N, Student O
6	Unread incoming messages due to large number of incoming messages.	All informants
7	The lack of time provided for thesis supervision due to many other online schedules.	Lecturer D1

Source : Generated from data analysis

Online thesis supervision is carried out in the absence of direct meetings between the supervising lecturers and their students. Through WhatsApp, they can communicate anywhere and anytime (Widyanto et al., 2018). There is limited literature on impersonal communication that imply the discussion in this perspective is limited. However, as explained in the literature review, text-based computer-mediated communication can be impersonal if analyzed using the Deficit Approach.

After doing analysis, it is found that impersonal communication occurred in the thesis supervision process through WhatsApp. This category will be divided into four subcategories.

Lack of Nonverbal Cues

The results showed that the user experienced obstacles in thesis supervision because of the channel limitation which could only send text. Text-based computer-mediated communication is accused of being asocial because the quality of communication is reduced as a consequence of technological limitations (Thurlow et al., 2007). Although WhatsApp has a video call feature, this application is considered to have limitation in sending nonverbal cues. This is similar to the Cuelessness Model where text-based CMC becomes impersonal due to the lack of paralinguistic

and visual cues, causing psychological distance between users (Rutter, in Thurlow et al., 2007).

Nonverbal cues such as gestures and facial expressions play important role in regulating human interactions. Communication that does not involve a nonverbal component will be complicated. The Social Presence Model states that less presence of visual cues in communication leads to low social presence which leads to task-focused and less relationship-focused communication (Thurlow et al., 2007).

Gestures and nonverbal cues increase social presence and interaction that help students understand the discussion material more effectively. The lack of nonverbal cues in online thesis supervision through WhatsApp provides a greater challenge for thesis supervisors so they need to put in extra effort so that the messages can be clearly understood by the students (Zaheer & Munir, 2020).

Delayed Feedback

The thesis supervision process through WhatsApp faces challenges related to delayed feedback. Text-based CMC cannot match face-to-face communication because of its asynchronous nature (Walther, 2007). Parkinson dan Lea (2011) stated that this feedback delay affects the level of information accuracy and causes bias. Whereas the Social Presence Model considers that psychological closeness presents in immediate communication (Thurlow et al., 2007).

In addition to feedback, the analysis results show the lack of feedback sent by users. Muuro et al., (2014) found in his research that the lack of feedback in CMC may reduce student satisfaction in the learning process so that interpersonal interaction is difficult to achieve.

Lack of Conversational Language

Baron (in Papaja, Pluszczyk, and Swiatek, 2015) stated that CMC is a written natural language message sent over the Internet. However, the results of this study indicate that users need more efforts to communicate effectively. This happens because messages sent through WhatsApp must be detail and carefully written and so the massages can be interpreted correctly by the recipient. The Media Richness Model shows that the more limited the channels in sending various forms of messages, the more impersonal the communication will be (Daft dan Lengel, in Thurlow et al., 2007). Text-based communication cannot replace conversational language perfectly because there are nonverbal signs that help to understand the meaning in a message in spoken language such as voice intonation (Thurlow et al., 2007).

Divided Communication Focus

Unlike face-to-face communication which requires a high degree of focus, text-based CMC is often difficult to focus on both the sender and recipient of the message, as well as on the content of the message itself. This study found that during the thesis supervision process the user's focus was divided due to replete incoming text messages and heavy workload.

Yusminanda (2019) showed that

the user's focus will be distracted while interacting using the Internet. This condition is caused by the overload information which was accessed by the user during interacting through the Internet (Benselin and Ragsdell, 2016). According to Klingberg (2009), this kind of distraction arose because the user does not have good focus. In addition, humans have limitations in managing received information so users may lose their focus in interacting through the Internet.

From the discussion above, it is likely that there is impersonal communication between users in thesis supervision process. As stated by Walther (1996) that impersonal communication is sometimes useful for completing tasks because it does not involve personal issue.

Interpersonal Perspective: The Interpersonal Nature of Text-Based CMC

The data interviews showed that both the thesis lecturers and students had ever communicated before they involved in thesis supervision. All informants have ever met face to face both during academic supervision and during lectures.

Even though they communicate through text, the Lecturer D3 tried communicate as casually as possible to reduce tension when students read their messages. Lecturer informants treat their students as friends and try to hear the complaints and difficulties experienced by students related to thesis writing. However, Student O feels different things, as she said:

> *"The relationship is good, even though my supervisor is an easygoing person, sometimes there is a feeling of awkwardness because he is a lecturer". (Student O, March, 2021)*

When communication felt awkward, the Lecturer D1 tried to lighten the mood by using emoticons in the text, as she said:

> *"When I sent short text, the student may worry that I am angry or in a bad mood. I used emoticons to show that I am not angry. Not only emoticons, sometimes I insert stickers or gifs". (Lecturer D1, March, 2021)*

However, not all lecturers feel comfortable using emoticons, Lecturer D2 is more comfortable using voice notes than using emoticons.

Student D as a student under the Lecturer D1 supervisory considered that although the communication was fluid, but she felt that his supervisor gave only mediocre feedback. This made her have to find her own way out of the difficulties she faced related to her thesis writing.

Although communication channels are limited, the supervisors try to always pay attention to students that even though they face difficult situation but thesis supervision can still be carried out and the thesis manuscript surely can be completed. Thesis supervisors stated that they often pay attention so that students can complete their thesis on time despite the pandemic.

The six informants spent different durations of time in each thesis supervision schedule. Lecturer D3 stated:

The six informants spent different durations of time in conducting thesis supervision. Lecturer D3 stated:

"…the time varies, I openly to be contacted anytime, around 10-15 minutes for each student by text. But if the student is confused, it can take up to 30 minutes through WhatsApp Call". (Lecturer D3, March, 2021)

The exchange of feelings may occur in the text-based computer-mediated communication process.

Lecturer D3 tends to disclose if he has obstruction in supervising thesis. However, this is different from the Lecturer D2 who said that the students are more disclose. In addition, he also said that he tends to close his personal problem to students, because it is not something that his students should know.

Apart from Lecturer D2, all of the informants agreed that they were equally open so that thesis supervising ran smoothly. Nevertheless, all informants stated that communication during thesis supervision was still limited to the scope of the thesis, not spreading to topics outside it.

Text-based CMC can be interpersonal over time depending on how long the communication lasts (Walther, 1997). However, interpersonal communication actually relies on openness and perception (Johari, in Thurlow et al., 2007). Interpersonal relationship between supervisor and students affects the thesis supervision process (Peterson in de Kleijn et al., 2012).

The Length of Interaction Time

The length of interaction time between users in CMC affects the emergence of interpersonal interactions because it means that there is intense communication between users. Previous research has shown that interpersonal interactions have many benefits in improving understanding of learning materials (Norman, 2020).

Although text-based CMC has limitation in sending messages, it is found that CMC has been developing and evolving in a more interpersonal direction. The level of relaxation, informality, acceptance/trust, and social orientation among users becomes higher when the time spent between users is getting longer. The study by Walther dan Burgoon (1992) found that interpersonal communication occurs in text-based CMC by extending interaction time.

Motivation as A Form of Closeness

A study conducted by Graham et al., (1993) showed that the level of closeness of interpersonal relationships will increase when there are affection and inclusion motives. Good interaction and motivation are needed by students and supervisors to get benefit online platform used in the thesis supervision process (Aghaee 2015).

High motivation is also needed to complete thesis writing. Several studies have shown that the use of WhatsApp can increase motivation in online learning process. (Susilawati & Supriyatno, 2020; Arianti et al., 2021).

Emoticon

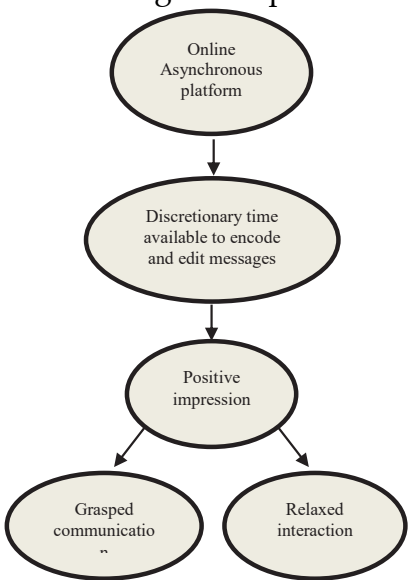
As a graphic representation of facial expressions, emoticons play a role in the interpretation of meaning in text-based CMC (Walther and D'Addario, 2001). Despite channel limitations, users find ways to increase media richness in CMC to present social signs. Online platforms

users send text messages to achieve the same level of relational communication as face-to-face interaction (Walther, 1997; Walther & Burgoon, 1992). DeVito (2013) stated that the use of symbols or emoticons CMC made users feel more expressive and interpersonally connected. Chairunnisa dan Benedictus (2017) found that emoticons have important role in increasing the meaning of texts messages in interpersonal communication.

Hyperpersonal Perspective: Impression Management During Thesis Supervision

All informants, both lecturers and students, set their own impressions in the thesis supervision process. Interview results from lecturer informants said that they wanted to give a positive and not negative impression in order that students felt comfortable. Below chart illustrates how the impression management process conducted by informants

Figure 1: Informants' impression management process



Source : Generated from data analysis

Lecturers want to eliminate the stigma that thesis supervision must be carried out offline or face to face. Many students consider thesis supervision to be done offline. Though lecturers believe that it can be done anywhere and anytime depending on the effort of both supervisor and the students.

The same thing was also conveyed by all student informants that they wanted to give a positive impression to supervisors. In managing the impression, all informants need time both in writing messages and providing feedback. Asynchronous WhatsApp characters provide an opportunity for informants to be able to repeatedly edit the message before sending it.

In two-way communication, both sender and receiver are active parties in the message exchange process. Text-based CMC has the potential to give rise to hyperpersonal communication (Walther, 1996). The results of this study indicate that there is online impression management made by users.

Text-based CMC does not allow users to meet each other face to face and see nonverbal cues sent to each other thus allowing users to manage their impression (Walther, 1996). However, under certain conditions, it can increase the users' ability to adjust the impression (Palupi, 2019). Discussions in the online environment offer more opportunities for users to think about, research, and even structure messages and feedback to manage their own presentations (Brown dalam Norman, 2020).

However, the results of this study show that the hyperpersonal perspective does not support the nature of WhatsApp platform which has been experiencing expansion, to not only transmit text-based messages but also send images, audio, and video (Scott and Fullwood, 2020).

CONCLUSION

As conclusion in this study, it is found that the communication perspective in the knowledge transfer in thesis supervision process through WhatsApp is generally impersonal. This is indicated by the lack of nonverbal cues, delayed feedback, lack of conversational language, and divided communication focus. In some categories, interpersonal communication also occurs but only limited to the length of interaction time, the motivation, and also the use of emoticons. Hyperpersonal communication can also be seen when the informants also manage their impression through the arrangement of text messages.

Findings in this study is limited to the fact that there may social power usage between teacher-student relationship which is similar to supervisor-subordinate relationship (Richmond and McCroskey in Elias & Mace, 2005). In the other hand, students in Indonesia are unlikely send personal feedback to teachers because the distance between them (Maulana et al., 2011). Further research is necessary to examine the limitations on how both limitations may affects lecturers and students' communication through text in CMC.

REFERENCES

Aghaee, Naghmeh. 2015. "Finding Potential Problems in the Thesis Process in Higher Education: Analysis of e-Mails to Develop a Support System." *Education and Information Technologies* 20(1):21–36. doi: 10.1007/s10639-013-9262-z.

Albino, V., A. C. Garavelli, and M. Gorgoglione. 2004. "Organization and Technology in Knowledge Transfer." *Benchmarking* 11(6):584–600. doi: 10.1108/14635770410566492.

Arianti, Risna, Akmal Hamsa, and Idawati Idawati. 2021. "The Influence of WhatsApp Usage to Learning Motivation on Indonesian Language Subjects." 1(1):89–103.

Backlinko. 2021. "WhatsApp 2021 User Statistics: How Many People Use WhatsApp?" Retrieved September 20, 2021 (https://backlinko.com/whatsapp-users).

Benselin, Jennifer C., and Gillian Ragsdell. 2016. "Information Overload: The Differences That Age Makes." *Journal of Librarianship and Information Science* 48(3):284–97. doi: 10.1177/0961000614566341.

Chairunnisa, Sabrina, and A. S. Benedictus. 2017. "Analysis of Emoji and Emoticon Usage in Interpersonal Communication of Blackberry Messenger and WhatsApp Application User." 4(2):120–26. doi: 10.3126/ijssm.v4i2.17173.

Coman, Claudiu, Laurențiu Gabriel Țîru, Luiza Meseșan-Schmitz,

Carmen Stanciu, and Maria Cristina Bularca. 2020. "Online Teaching and Learning in Higher Education during the Coronavirus Pandemic: Students' Perspective." *Sustainability (Switzerland)* 12(24):1–22. doi: 10.3390/su122410367.

DeVito, J., A. 2013. *Interpersonal Communication*. New Jersey: Pearson Education Inc.

Elias, M., and L. Mace. 2005. "Social Power in the Classroom : Student Attributions for Compliance." 1738–54.

Graham, Elizabeth E., Carole A. Barbato, and Elizabeth M. Perse. 1993. "The Interpersonal Communication Motives Model." *Communication Quarterly* 41(2):172–86. doi: 10.1080/01463379309369877.

Kartikawati, Sulistyaning, and Hendrik Pratama. 2017. "Pengaruh Penggunaan WhatsApp Messenger Sebagai Mobile Learning Terintegrasi Metode Group Investigation Terhadap Kemampuan Berpikir Kritis." *Jupiter (Jurnal Pendidikan Teknik Elektro)* 2(2):33. doi: 10.25273/jupiter.v2i2.1797.

de Kleijn, Renske A. M., M. Tim Mainhard, Paulien C. Meijer, Albert Pilot, and Mieke Brekelmans. 2012. "Master's Thesis Supervision: Relations between Perceptions of the Supervisor-Student Relationship, Final Grade, Perceived Supervisor Contribution to Learning and Student Satisfaction." *Studies in Higher Education* 37(8):925–39. doi: 10.1080/03075079.2011.556717.

Klingberg, T. 2009. *The Overflowing Brain: Information Overload and the Limits of Working Memory*. Oxford: Oxford University Press.

Maulana, Ridwan, Marie-christine Opdenakker, and Perry Den Brok. n.d. "Asia Pacific Journal of Education Teacher – Student Interpersonal Relationships in Indonesia : Profiles and Importance to Student Motivation." (April 2014):37–41. doi: 10.1080/02188791.2011.544061.

Muuro, Maina Elizaphan, Waiganjo Peter Wagacha, Robert Oboko, and John Kihoro. 2014. "Students'perceived Challenges in an Online Collaborative Learning Environment: A Case of Higher Learning Institutions in Nairobi, Kenya." *International Review of Research in Open and Distance Learning* 15(6):132–61. doi: 10.19173/irrodl.v15i6.1768.

Norman, Ph.D., Zoncita D. 2020. "Understanding the Effect of Distance Learning vs. Face-to-Face Learning Experiences on Students' Engagement in Higher Education." *Social Science Research Network* (20 November 2020).

Palupi, Palupi. 2019. "Selective Self-Presentation on Video-Mediated Communication: A Study of Hyperpersonal Communication." *Mediator: Jurnal Komunikasi*

12(1):102–12. doi: 10.29313/mediator.v12i1.4509.

Papaja, Katarzyna, Adam Pluszczyk, and Artur Swiatek. 2015. "The Role of Computer-Mediated Communication and Its Impact on Learning Foreign Languages : A Questionnaire Study." Pp. 44–53 in *Contemporary English Language Teaching and Research*, edited by M. Marczak and M. Hinton. Newcastle Upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.

Parkinson, B., & Lea, M. 2011. "Video-Linking Emotions." Pp. 100–126 in *Face-to-Face Communication over the Internet: Emotions in a Web of Culture, Language, and Technology*, edited by A. Kappas and N. C. Krämer. Cambridge: Cambridge University Press.

Scott, Graham G., and Chris Fullwood. 2020. " Does Recent Research Evidence Support the Hyperpersonal Model of Online Impression Management ?" *Current Opinion in Psychology* 36:106–11. doi: 10.1016/j.copsyc.2020.05.005.

Silverman, David. 2010. *Doing Qualitative Research: A Practical Handbook*. 3rd ed. London: Sage.

Suebsom, Korawan. 2015. "Measuring Knowledge Transfer through Facebook of Higher Education Classroom." *International Journal of Information and Education Technology* 5(6):437–41. doi: 10.7763/ijiet.2015.v5.545.

Suparman, Ujang. 2021. "The Implementation of the Online Thesis Supervision during Pandemic Covid-19 at One of Graduate and Postgraduate Programs in Indonesia." *AKSARA: Jurnal Bahasa Dan Sastra* 22(1):43–53. doi: 10.23960/aksara/v22i1.pp43-53.

Susilawati, Samsul, and Triyo Supriyatno. 2020. "Online Learning Through WhatsApp Group in Improving Learning Motivation in the Era and Post Pandemic COVID -19." 852–59.

Thurlow, Crispin, and Alex Brown. 2003. "Generation Txt? The Sociolinguistics of Young People's Text-Messaging." Retrieved September 20, 2021 (https://extra.shu.ac.uk/daol/articles/v1/n1/a3/thurlow2002003-paper.html#note1).

Thurlow, Crispin, L. Lengel, and A. Tomic. 2007. *Computer-Mediated Communication-Social Interaction and The Internet*. California: Sage Publications.

Tuhkala, Ari, and Tommi Kärkkäinen. 2018. "Using Slack for Computer-Mediated Communication to Support Higher Education Students' Peer Interactions during Master's Thesis Seminar." *Education and Information Technologies* 23(6):2379–97. doi: 10.1007/s10639-018-9722-6.

Walther, Joseph, B. 1996. "Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal and

Hyperpersonal Interaction." *Communication Research* 23(3):3–43.

Walther, Joseph B. 1997. "Group and Interpersonal Effects in International Computer-Mediated Collaboration." *Human Communication Research* 23(3):342–69.

Walther, Joseph B. 2007. "Selective Self-Presentation in Computer-Mediated Communication: Hyperpersonal Dimensions of Technology, Language, and Cognition." *Computers in Human Behavior* 23(5):2538–57. doi: 10.1016/j.chb.2006.05.002.

Walther, Joseph B., and Judee K. Burgoon. 1992. "Relational Communication in Computer-Mediated Communication." *Human Communication Research* 19(1):50–88.

Walther, Joseph B., and Kyle P. D'Addario. 2001. "The Impacts of Emoticons on Message Interpretation in CMC." *Social Science Computer Review* 19(3):324–47.

Wengraf, T. 2001. *Qualitative Research Interviewing*. London: Sage.

Widyanto, I. Putu, Achmad Slamet, Mr Haryono, and Titi Prihatin. 2018. "The Utilization of Whatsapp Application on Scientific-Based Learning Management in Higher Education Institutions." 247(Iset):241–45. doi: 10.2991/iset-18.2018.51.

Yeboah, Johnson, and George Dominic Ewur. 2014. "The Impact of Whatsapp Messenger Usage on Students Performance in Tertiary Institutions in Ghana." *Journal of Education and Practice* 5(6):157–64.

Yusminanda, Iffa Masithah. 2019. "Distraksi Pada Pekerja Daring Selama Berinteraksi Dengan Internet." *Jurnal ILMU KOMUNIKASI* 16(2):175. doi: 10.24002/jik.v16i2.1310.

Zaheer, Muhammad, and Saba Munir. 2020. "Research Supervision in Distance Learning: Issues and Challenges." *Asian Association of Open Universities Journal* 15(1):131–43. doi: 10.1108/aaouj-01-2020-0003.

Vol. 6, No.2, Desember 2021

Available at:
https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/ettisal
http://dx.doi.org/10.21111/ejoc.v6i1.6872

ETTISAL
JOURNAL OF COMMUNICATION
P-ISSN 2503-1880
E-ISSN 2599-3240

Strategi Komunikasi Dosen Digital Immigrant Dalam Proses Mengajar Daring

Rafiqah Yusna Siregar[1], Lusiana Andriani Lubis[2], Nurbani[3]

[1,2,3] Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Sumatera Utara
[1,2,3] Jalan Prof. Hanafiah, Padang Bulan, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara, 20222, Indonesia
[1]rafiqahyusnasiregar@gmail.com,
[2]lus1ana_andr1an1@yahoo.com.

Abstrak

Penelitian ini menganalisis strategi komunikasi dosen *digital immigrant* dalam proses mengajar daring pada bidang ilmu Sains dan Teknologi di Universitas Sumatera Utara. Paradigma konstruktivisme, metode kualitatif interpretif serta desain penelitian studi kasus menjadi tombak dalam penelitian. Kebaruan dalam penelitian adalah berfokus pada kredibilitas generasi *digital immigrant* terhadap penggunaan media baru yang dikombinasikan ke dalam proses mengajar secara daring di bidang ilmu Sains dan Teknologi yang didominasi oleh matakuliah praktikum bersifat eksperimental yang dilakukan di laboraturium. Terdapat 6 (enam) orang informan utama yang berasal dari bidang Sains dan Teknologi berbeda-beda dengan kelahiran sebelum tahun 1980. Data yang terkumpul dari studi menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan para dosen *digital immigrant* dalam proses mengajar daring pada bidang ilmu Sains dan Teknologi berdasarkan kredibilitas penguasaan teknologi yang berbeda beda. Cara beradaptasi para informan dalam mempelajari teknologi media baru dilakukan dengan cara otodidak dalam wujud mengikuti video tutorial melalui situs Youtube dan bertanya kepada mahasiswa atau pihak lain yang lebih paham akan teknologi. Adapun strategi penyampaian pesan yang dilakukan oleh dosen *digital immigrant* adalah menerapkan metode *learning by doing*, pemberian contoh kasus, menyesuaikan lokasi dan tempat tinggal mahasiswa untuk pencarian bahan-bahan praktikum dan praktikum mahasiswa didampingi oleh asisten lab. Dosen juga mempertimbangkan perekonomian mahasiswa dalam memilih aplikasi pembelajaran daring yang akan mereka gunakan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Dosen Digital Immigrant, Proses Mengajar Daring, Sains dan Teknologi, Universitas Sumatera Utara.

Diterima : 10-11-2021 Disetujui : 24-12-2021 Dipublikasikan : 30-12-2021

Immigrant Digital Lecturer Communication Strategy In Online Teaching

Abstract

The research is aimed to analyze the communication strategies taken by the lecturer of digital immigrant in online teaching on the field of Science and Technology within Universitas Sumatera Utara. This research also used constructive paradigm while employing interpretatively qualitative method and was design as a case study. The new element from research is focused on the credibility on digital immigrant generation towards new media combined into online learning processes on the field of Science and Technology which dominated by laboratory experimental curriculum. There are 6 (six) main informants from the field of Science and Technology who were born before 1980. The result shows that the communication strategies taken by the lecturer of digital immigrant are different according to the credibility of the technological literacy. How to adapt to this advanced technology is using autodidact approaches by watching Youtube or seeking advises from their more skilled peers. The message delivery strategy carried out by digital immigrant lecturers are applying the learning by doing methods, provide case examples and adjust the location, residence of students to search for practicum materials and student practicum accompanied by lab assistant. Lecturers also consider the student's financial in determining which online learning applications they will use.

Keywords: *Communication Strategies, Lecturer of Digital Immigrant, Online Learning Processes, Science and Technology, Universitas Sumatera Utara.*

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 di Indonesia yang pecah pada awal bulan Maret 2020 membuat pemerintah mulai mengambil langkah sebagai upaya mitigasi penyebaran dalam masyarakat dan salah satunya terjadi dalam dunia pendidikan (Septiarysa et al., 2021). Pemerintah Indonesia memberikan arahan kepada seluruh sekolah dan universitas untuk menerapkan pembelajaran dalam jaringan (daring), sebagaimana tertera dalam Surat Edaran KEMENDIKBUD No.1 Tahun 2020 (Prima, 2021). Kebijakan pemerintah tersebut tentunya mentransformasi kegiatan belajar mengajar di seluruh tingkat pendidikan dari yang biasanya dilakukan secara tatap muka, selama pandemi kegiatan tersebut harus diwujudkan dengan berbagai aplikasi yang mendukung pertemuan secara online.

Salah satu permasalahan dalam sistem pembelajaran daring adalah dosen yang masih kurang berpengalaman dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Beralih dari metode belajar konvensional ke sistem modern dianggap sebagai hal yang tidak mudah, karena para dosen harus keluar dari zona nyaman untuk bereksperimen digital demi pendidikan di Indonesia (Kurniawati et al., 2021). Terdapat juga perbedaan perilaku dan kebiasaan penggunaan teknologi diantara para dosen dan mahasiswa yang menunjukkan kesenjangan generasi diantara mereka. Kesenjangan generasi memiliki dampak adaptabilitas dalam penggunaan teknologi yang sangat terlihat (Sasongko & Marta, 2018a). Marc Prensky pada tahun 2001 dalam sebuah karya ilmiahnya dengan judul '*Digital Natives, Digital Immigrants*', mengkategorisasikan generasi manusia

menjadi 2, yaitu generasi *digital immigrant* dan *digital native.*

Digital native menjadi generasi yang telah familiar dengan teknologi digital saat mereka mulai belajar mengenai dunia. *Digital immigrant*, di sisi lain menjadi kelompok yang mulai mempelajari internet saat dewasa (Lumampauw et al., 2021). Umumnya, *Digital native* terdiri dari generasi X ke atas mengingat mereka telah disuguhi oleh teknologi digital seperti komputer, game, musik, kamera, perangkat keras digital dan alat digital lainnya dalam kehidupan sehari-hari. Sedangkan, *digital immigrant* merupakan generasi X, dimana mereka lahir sebelum tahun 1980'an dan belum terpapar oleh teknologi.

Alasan penentuan tahun kelahiran pada penggolongan kedua generasi oleh Marc Prensky adalah terkait masa perkembangan internet di suatu negara. Internet berkembang pada tahun 1980 di beberapa negara maju. Sehingga, generasi yang lahir sebelum tahun 1980 membutuhkan adaptabilitas terhadap teknologi untuk menjalani kehidupan sehari-hari (Putra et al., 2021).

Universitas Sumatera Utara menjadi salah satu Perguruan Tinggi Negeri (PTN) terbaik di wilayah Sumatera, sesuai dengan peraihan peringkat 501-55- QS Asia University Ranking tahun 2021 dan menjadi pencapaian terbaik selama kampus berdiri. Prestasi tersebut menjadi tantangan tersendiri untuk selalu berupaya meningkatkan kualitas universitas dari segala aspek terutama strategi komunikasi dalam pembelajaran. Kehadiran dan penerapan belajar daring dianggap sebagai wujud implementasi perkembangan jaman menjadi salah satu cara untuk memajukan kualitas pendidikan Indonesia, disamping permasalahan pandemi COVID-19.

Para dosen generasi *digital immigrant* dituntut kreatifitasnya selama menyampaikan pembelajaran daring karena situasi peserta kuliah pada saat ini adalah mereka dengan generasi *digital native*. Seiring dengan perkembangan zaman, perusahaan dalam berbagai belahan dunia mulai mendukung proses belajar daring melalui aplikasi seperti Whatsapp, Zoom, Google Classroom, Google Meet, Telegram, *E-learning* Universitas dan lain sebagainya. Seluruh dosen diharapkan dapat memaksimalkan pembelajaran daring sebagai salah satu bentuk inovasi dalam proses mengajar. Melalui *platform* daring, dosen dapat merencanakan berbagai materi pembelajaran untuk membuat suasana belajar menjadi lebih kreatif dan modern.

Permasalahan lain dalam sistem pembelajaran daring juga terjadi pada bidang Sains dan Teknologi, dimana tidak dapat dipungkiri memiliki tantangannya tersendiri. Hal tersebut dikarenakan bidang ilmu ini memiliki serangkaian kegiatan praktik eksperimental untuk menguji suatu temuan di sebuah laboraturium. Sains adalah ilmu yang mempelajari segala sesuatu yang berada di alam dan merupakan fondasi dari teknologi. Sedangkan, teknologi merupakan berbagai alat bantu yang dapat mempermudah dan memperluas kemampuan manusia untuk mengubah dunia dan memenuhi kebutuhan hidupnya (Satvikadewi et al.,

2019).

Praktikum menjadi kegiatan pembelajaran dengan studi implementasi langsung agar mahasiswa mendapat pengalaman akan ilmu yang telah dipelajari. Selain itu, praktikum dianggap sebagai pembuktian ilmiah terhadap riset, eksperimen, pengukuruan maupun pelatihan lainnya. Praktikum merupakan bagian terpenting dari perkuliahan demi membentuk keterampilan mahasiswa (Harita et al., 2020). Namun, permasalahan yang dihadapi oleh seluruh universitas saat ini adalah bagaimana melaksanakan matakuliah bersifat praktik yang harus dilaksanakan secara daring.

Kehadiran sistem pembelajaran daring dianggap sebagai peningkatan kualitas tidak hanya bagi universitas atau sekolah saja, melainkan pengupayaan sumber daya manusia yang mumpuni demi menghasilkan generasi penerus bangsa. Berdasarkan tujuan ini, universitas semakin dituntut untuk menyiapkan serta menciptakan konsep utama daya saing dan pembangunan bangsa dengan ilmu pengetahuan dan teknologi yang inovatif, adaptif dan kompetitif.

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas, penelitian ini berusaha membahas tentang bagaimana strategi komunikasi yang ditempuh dosen dalam penggunaan media baru sebagai sistem pembelajaran daring pada bidang Sains dan Teknologi di lingkungan Universitas Sumatera Utara. Penelitian ini akan berfokus pada subjek dosen yang berasal dari generasi *digital immigrant.* Pemilihan *digital immigrant* dan kegiatan mengajar daring pada bidang Sains dan Teknologi pada topik penelitian ini, karena peneliti ingin melihat bagaimana para dosen dengan kendala yang mereka hadapi berdasarkan beberapa penelitian sejenis terdahulu dan pendapat mahasiswa tentang penguasaan teknologi untuk tetap dapat melaksanakan kegiatan belajar mengajar secara daring (Felix, 2021). Hal tersebut sejalan dengan bagaimana mereka tetap dapat melaksanakan matakuliah bersifat praktik yang dilakukan di laboraturium secara eksperimental, namun harus dilaksanakan secara daring demi terwujudnya hak dan kewajiban antara dosen dan mahasiswa.

KAJIAN PUSTAKA

Hasil dari Laporan Aktualisasi Nilai-Nilai Dasar PNS melalui Program Studi Keteknikan Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara, menjelaskan bahwa terdapat suatu permasalahan pokok yang dihadapi, yaitu masih belum optimalnya kegiatan praktikum yang dilaksanakan secara daring (Mudhita et al., 2021). Apabila isu tersebut tidak diselesaikan, maka dampak bagi universitas adalah tidak tercapainya visi dan misi serta nilai instansi yang diharapkan dari lulusan yang dihasilkan. Sedangkan, dampak bagi pihak dosen adalah tidak terlaksananya kedudukan dan peran mereka karena ilmu yang diharapkan akan ditransfer ke mahasiswa melalui kegiatan praktikum tidak dapat terwujud dengan baik (Latukolan et al., 2021).

Selanjutnya, Laporan Aktualisasi Nilai-Nilai Dasar PNS di Fakultas

Kesehatan Masyarakat Universitas Sumatera Utara juga menyatakan hal serupa. Pada dasarnya, praktikum secara daring sudah dilaksanakan oleh setiap fakultas di Universitas Sumatera Utara. Namun, pada pelaksanaannya kegiatan praktikum daring dianggap monoton dan kurang interaktif. Hal tersebut dikarenakan pemanfaatan media pembelajaran daring tidak optimal digunakan untuk matakuliah yang sifatnya praktik (Chinmi et al., 2020).

Sejumlah problematika terjadi di dalam sistem pembelajaran daring, sehingga menuntut para dosen untuk mampu mendorong mahasiswa dalam memperoleh informasi secara efektif. Artinya, dosen harus memiliki pola komunikasi yang baik, sehingga pemahaman antara mahasiswa dengan dosen dapat terjalin. Pola komunikasi pada dasarnya berperan sebagai proses transmisi pesan dari komunikator kepada komunikan, sehingga komunikator menjadi tombak dalam keberhasilan proses komunikasi saat sesi belajar daring.

Strategi komunikasi merupakan upaya sistematis untuk mengungkapkan maksud dan tujuan pesan melalui penggunaan bahasa yang awam kepada komunikan. Kegiatan belajar mengajar merupakan proses komunikasi dimana adanya penyampaian isi berupa materi yang diberikan melalui semiotika baik verbal maupun non-verbal. Sehingga, di dalam dunia pendidikan strategi komunikasi dianggap sebagai salah satu komponen penting demi menciptakan hasil yang memuaskan (Kementrian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi, 2018).

Strategi komunikasi dosen *digital immigrant* pada proses mengajar daring di dalam suatu penelitian penting untuk dikaji karena sejalan dengan kebijakan Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia dalam Siaran Pers No.04/SP/HM/BKKP/I/2018 tentang Pengembangan Iptek dan Pendidikan Tinggi di Zaman Revolusi Industri 4.0. Industri 4.0 akan berdampak dengan skala luas, memengaruhi seluruh aspek kehidupan manusia dan menitikberatkan perkembangan ekonomi global (Kementrian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi, 2018). Terdapat harapan dari kebijakan pemerintah tersebut agar sumber daya manusia dalam dunia pendidikan tidak lagi menjadi hambatan bagi penggunaan dan pemanfaatan teknologi digital.

METODE PENELITIAN

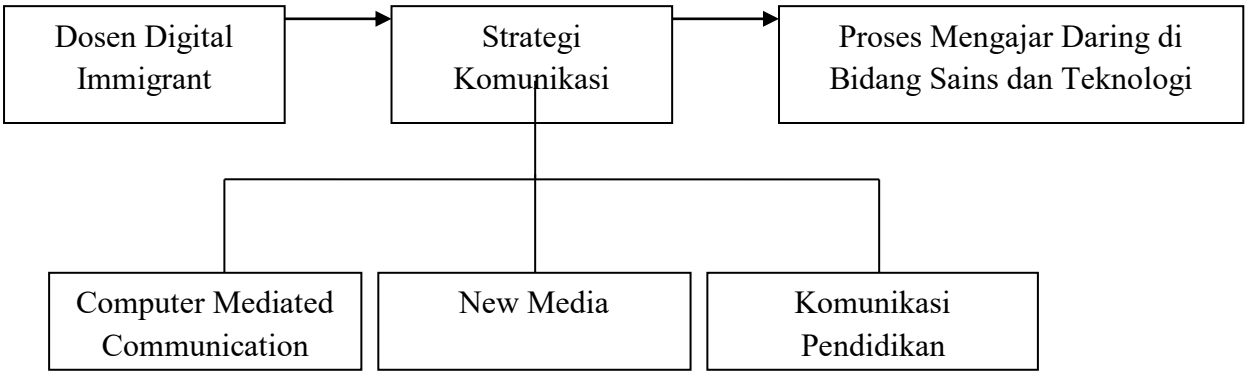
Penelitian ini menggunakan konstruktivisme sebagai paradigma dalam penelitian. Paradigma konstruktivisme menjelaskan fenomena sosial yang dapat membangun sebuah realita, sehingga hal itu harus dipelajari melalui interaksi dengan orang lain. Paradigma ini fokus terhadap analisis perbedaan individu melalui fenomena konstruksi kepribadian serta pola komunikasi yang digunakan oleh individu tersebut. Menurut pandangan ini, kepribadian individu akan dibangun, diatur atau diorganisasikan kepada elemen interpretis yang akan mengindentifikasi objek dan penempatannya dalam sebuah realita (Marta & Septyana, 2015).

Penelitian yang dibangun akan bersifat kualitatif interpretif. Kualitatif

interpretif menitikberatkan subjektifitas penelitian dari dunia sosial dan mencoba memahami kerangka berpikir objek penelitian. Tujuan dari kualitatif interpretif adalah menganalisis bagaimana realitas sosial dapat tercipta dan berasumsi bahwa akses realita dapat dibangun oleh fenomena komunikasi (Hanana et al., 2020). Studi kasus menjadi strategi analisis data kualitatif yang fokus terhadap fenomena yang terjadi dalam objek penelitian (Schmidt, 2021). Studi kasus dalam penelitian ini tertuju pada proses mengajar dalam jaringan (daring) pada bidang ilmu Sains dan Teknologi di lingkungan Universitas Sumatera Utara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambar 1. Kerangka Berpikir



Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

Terdapat dua generasi dari dosen *digital immigrant* sebagai komunikator dalam penelitian ini, yaitu generasi *Baby Boomer* (Kelahiran tahun 1960) dan X (tahun lahir 1968, 1969, 1970, 1973 dan 1978). Perbedaan usia diantara kedua generasi tersebut peneliti golongkan sesuai dengan Objek penelitian diseleksi melalui *purposive sampling* dengan kriteria Dosen *digital immigrant* yang lahir sebelum tahun 1980 dan mengajar pada bidan ilmu Sains dan Teknologi.

Pengumpulan data akan terbagi menjadi tiga tahap, berupa wawancara mendalam, observasi non partisipan dan studi dokumentasi. Data yang telah terkumpul akan dianalisis melalui Model Miles dan Huberman yang mengkaji data dari tiga aspek, berupa reduksi data, penyajian data dan formulasi kesimpulan. Penelitian ini juga menggunakan triangulasi sumber berupa mahasiswa, asisten lab, Wakil Dekan 1 dan narasumber dari webinar yang bertujuan sebagai pemeriksan atau pembanding terhadap data (Soewardikoen & Fauzy, 2020)

pendapat Rosenberg (dalam Fauziyyah, 2019: 18) bahwa terdapat lima penggolongan generasi hingga saat ini yaitu *Baby Boomer,* X, Y, Z dan generasi *Alpha*. *Baby Boomers* merupakan warga global dengan kelahiran pasca Perang Dunia II dengan tenggat tahun berkisar 1946 sampai 1964. Generasi X menjadi generasi yang lahir pada tenggat tahun 1965 sampai dengan 1980

masehi. Kedua generasi ini tidak memiliki karakteristik yang bipolar.

Salah satu syarat yang harus dimiliki oleh seorang komunikator menurut Ruben dan Stewart (Barokah et al., 2021) adalah kredibilitas dalam menggunakan media untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Sebagai seorang pengajar yang profesional, dosen dituntut untuk mahir dalam menggunakan teknologi media demi terwujudnya pelaksanaan perkuliahan daring. Strategi ini juga berkaitan dengan salah satu syarat yang harus dimiliki seorang komunikator menurut Harold D. Laswell (Chinmi et al., 2020), yaitu pembawa pesan hendaknya melakukan persiapan sebelum melaksanakan kegiatan komunikasi. Berkaitan dengan pendapat tersebut, maka persiapan yang dilakukan oleh para informan adalah bagaimana mereka beradaptasi dengan penggunaan teknologi media sebagai tuntutan pekerjaan.

Informan pertama mengatakan bahwa ia hanya mampu mengaplikasikan media pembelajaran daring seperti *Zoom*, *Google Classroom*, *Google Meet*, *E-Learning* USU dan menggunakan aplikasi pendukung *Youtube Downloader* untuk mengunduh berbagai video pembelajaran sebagai referensi yang dibagikan kepada mahasiswa. Informan kedua dan keenam mampu mengedit foto dan video pembelajaran melalui berbagai aplikasi yang berisi panduan atau tahap-tahap yang harus dilakukan mahasiswa untuk melaksanakan praktikum daring. Kredibilitas informan ketiga dalam penguasaan teknologi media baru adalah mampu menggunakan aplikasi untuk mendesain struktur bangunan dan informan keempat hanya mampu menggunakan aplikasi *Zoom* dan *Google Classroom* karena ia merupakan generasi *Baby Boomer* kelahiran tahun 1960, sehingga informan keempat merasa kesulitan untuk mempelajari teknologi di usia yang tidak muda lagi. Sedangkan, informan kelima mampu membuat serta merancang website dan aplikasi berbasis android.

Menurut informasi dari triangulasi dalam Webinar Gerakan Nasional Literasi Digital 2021 oleh Kominfo yang peneliti ikuti pada tanggal 18 Juni 2021, salah satu narasumber yaitu Ida Ayu Prasastiasih Dewi, S.I.Kom., M.P.P menjelaskan bahwa pada saat pembelajaran dilakukan secara daring, sebagian besar pendidik menampilkan video dan gambar sebagai sarana untuk berkomunikasi dalam pemberian materi. Begitu pula halnya dengan peserta didik yang tugasnya didominasi oleh laporan video dan gambar. Namun, masih banyak pengajar yang belum menguasai bagaimana cara membuat video pembelajaran hasil cipta mereka sendiri, sehingga banyak pengajar yang harus mengunggah video dan gambar milik orang lain dari internet (Mamat et al., 2018). Berdasarkan pendapat di atas, artinya setiap dosen harus mampu menghasilkan karya cipta mereka sendiri berupa konten video dan gambar pembelajaran yang dapat dibagikan kepada mahasiswa sebagai referensi dalam pembelajaran.

Pendapat Ida Ayu di atas juga disampaikan oleh triangulasi Wakil Dekan 1, mengatakan bahwa sebaiknya seluruh dosen mampu membuat video pembelajaran hasil ciptaannya sendiri. Hal

itu penting dilakukan dengan tujuan agar mahasiswa dapat langsung membayangkan bagaimana mereka belajar dan mengerjakan tugas.

Salah satu hal yang mendasari pengelompokan generasi adalah faktor sosiologis, dimana adanya latar belakang historis atau fenomena bersejarah yang memengaruhi fase kehidupan manusia (Kiouzepi et al., 2019). Sejalan dengan pendangan tersebut, kredibilitas yang dimiliki informan generasi X dan *Baby Boomer* ini menunjukkan bahwa di kalangan sesama generasi *digital immigrant* masih terdapat kesenjangan dalam penggunaan teknologi. Selain masalah latar belakang pendidikan, cara belajar dan adaptasi yang dilakukan oleh informan juga memengaruhi kredibilitas mereka dalam mempelajari teknologi sebagai strategi untuk melaksanakan proses mengajar daring.

Reid dan Ostashewski (2011) melalui penelitiannya mengatakan bahwa generasi *digital immigrant* sering dipandang terlalu sulit untuk mempelajari teknologi. Selain itu, mereka dianggap sudah terlambat untuk beradaptasi dengan perangkat elektronik, khususnya program pendidikan berbasis elektronik dan aplikasi. Sedangkan, menurut hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh informan mampu beradaptasi dengan penggunaan teknologi media berbasis internet dengan berbagai cara, yaitu secara otodidak dan bertanya kepada pihak lain.

Informan pertama, kedua, keempat dan keenam menempuh cara belajar dengan bertanya kepada pihak lain, sehingga menunjukkan sikap yang sangat terbuka untuk melakukan perubahan di dalam hidup mereka. Sehingga, tidak malu untuk bertanya atau belajar dapat menambah ciri-ciri atau karakteristik generasi *digital immigrant*. Selain bertanya kepada pihak lain, keempat informan mengatakan bahwa mereka memanfaatkan video tutorial dari situs Youtube dalam mempelajari suatu aplikasi dan menganggap internet sebagai referensi belajar yang tidak memiliki batasan bagi mereka.

Berbeda dengan keempat informan sebelumnya, informan ketiga dan kelima mengaku bahwa sejak diterapkannya sistem pembelajaran daring, mereka tidak menemukan hambatan dalam penggunaan teknologi media baru. Hal itu dikarenakan latar belakang pendidikan sangat memengaruhi kemampuan mereka dalam penggunaan teknologi, dimana informan ketiga berasal dari Ilmu Arsitektur dan informan kelima berlatar belakang Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi. Artinya, bidang ilmu kedua informan tidak dapat dipisahkan dengan pemanfaatan teknologi. Merancang suatu konsep bangunan dalam ilmu arsitek sangat membutuhkan aplikasi pendukung. Sedangkan, Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi merupakan ilmu yang mempelajari bagaimana menciptakan suatu aplikasi atau website melalui komputer.

Penelitian oleh (Fernandes dkk, 2021), menyatakan para dosen *digital immigrant* menganggap teknologi hanya sebagai tambahan demi memperlancar proses pengajaran dengan menggunakan video atau gambar. Mereka tidak menganggap

mengajar secara virtual sebagai proses pembelajaran bagi mereka. Namun, dalam penelitian ini menunjukkan adanya dua orang informan berlatar belakang pendidikan keteknikan yang sangat erat kaitannya dengan pemanfaatan teknologi, menyatakan bahwa teknologi dalam pembelajaran daring merupakan suatu keharusan bukan sekedar memperlancar proses mengajar. Sehingga, hasil penelitian Fernandes dkk terbantahkan dengan adanya informan penelitian yang berlatar belakang pendidikan ilmu keteknikan tersebut.

Hasil penelitian ini sedikit menambah penjelasan oleh Lancaster & Silman (Chandra et al., 2015) tentang karakteristik generasi X berdasarkan sudut pandang, yaitu tidak bergantung pada orang lain untuk menolong mereka dan *Baby Boomer* memiliki sikap optimis dalam melakukan suatu perubahan. Penelitian ini menunjukkan bahwa pada awal mempelajari teknologi, informan pertama, kedua, keempat dan keenam membutuhkan bantuan dari pihak lain, tetapi pada saat ini mereka mengaku sudah mampu mengoperasikan teknologi pembelajaran daring secara mandiri.

Fenomena adaptasi para informan membuktikan bahwa generasi mereka bukan tidak bergantung sama sekali kepada orang lain di awal beradaptasi. Artinya, mereka tetap membutuhkan bantuan dalam penggunaan teknologi media baru dan hal itu berbeda dengan generasi *Alpha* (kelahiran tahun 2011-2024), dimana generasi ini sejak mereka usia dini sudah dikenalkan dengan *gadget,* sehingga banyak anak yang sudah memiliki *smartphone* nya sendiri. Fenomena tersebut seperti penelitian yang dilakukan oleh (Annisa, 2019), di jaman modernisasi saat ini orangtua memberikan anak sebuah *smartphone* dengan tujuan agar mereka bisa menjadi penurut, tidak menangis, sebagai ajang untuk memperlihatkan anak yang mampu mengaplikasikan *gadget* nya sendiri dan tidak mengganggu pekerjaan orangtuanya. Sehingga, banyak anak dari generasi Alpha sudah mampu menggunakan *smartphone* sejak mereka kecil.

Informan keempat mengatakan bahwa meskipun ia menganggap teknologi memang harus dipelajari oleh seluruh kalangan, namun tidak dapat dipungkiri bahwa hal tersebut bertentangan dengan kemampuannya untuk mempelajari teknologi di usia yang tidak muda lagi. Apa yang dikatakan oleh informan keempat ini sesuai dengan salah satu reaksi yang menunjukkan terjadinya *culture shock* atau gegar budaya, yaitu rasa penolakan dari dalam individu. *Culture shock* atau gegar budaya diartikan sebagai kondisi dimana adanya kegelisahan yang mengendap di dalam diri individu karena ia memasuki kebudayaan atau lingkungan yang baru dan asing bagi dirinya (Lubis, 2014). Oleh karena itu, peneliti melihat dosen *digital immigrant* mengalami gegar teknologi (*technology shock*) yaitu kondisi dimana adanya penolakan terhadap mempelajari teknologi di usia senja meskipun mereka optimis mengikuti perkembangan jaman sesuai dengan kapasitas dirinya.

Kemampuan beradaptasi para

informan dalam penggunaan teknologi sesuai dengan hasil penelitian oleh Jurkiewicz (Xiong & Proctor, 2018) tentang karakteristik generasi X, yaitu mampu beradaptasi dengan perubahan di dalam hidup mereka. Sedangkan, menurut Lancaster & Sillman (Mawalia & Sanityastuti, 2020) memperlihatkan ciri generasi *Baby Boomer* sebagai kelompok yang optimis dalam bekerja melalui adaptasi yang dilakukan. Melalui pola adaptasi yang dilakukan oleh para informan, membuat mereka sudah mampu dalam menggunakan teknologi media dengan penguasaan yang berbeda-beda.

Melihat bentuk penguasaan teknologi yang dimiliki oleh setiap informan, menunjukkan bahwa mereka merupakan kelompok orang-orang yang tangguh dalam mempelajari berbagai hal baru bagi dirinya. Hal tersebut sejalan dengan pendapat yang mengatakan bahwa generasi *digital immigrant* adalah kelompok yang dapat menggunakan teknologi dengan percaya diri meskipun memerlukan usaha yang lebih dalam prosesnya (Joa & Magsamen-Conrad, 2021). Artinya, seluruh informan mampu menerima perubahan dengan menerapkan apa yang mereka pelajari tentang teknologi. Selama informan memiliki waktu dan aksesibilitas yang cukup, maka mereka dapat mempelajari teknologi lebih dalam untuk menjadi penduduk asli digital (*digital native*) yang sebenarnya.

Kemampuan yang dimiliki oleh seluruh informan dalam penggunaan teknologi media berbasis internet ini sejalan dengan manfaat dari keberadaan media baru sebagai pendukung bidang pendidikan. Sejalan dengan apa yang dinyatakan (Aslam et al., 2020), bahwa manfaat dari media baru dalam dunia pendidikan di era 4.0 dapat mentransformasi peran pengajar menuju produktifitas. Artinya, melalui pembelajaran daring, membuat seluruh pengajar terutama mereka yang teridentifikasi sebagai kelompok *digital* immigrant untuk beradaptasi dengan waktu agar menjadi pendidik yang menjadi solusi dari problematika revolusi industri 4.0.

Informasi yang diberikan oleh dosen *digital immigrant* sebagai informan utama dalam penelitian ini berbanding lurus dengan pendapat informan triangulasi berupa mahasiswa. Mahasiswa yang peneliti wawancarai merupakan pihak yang merasakan langsung strategi dosen dalam proses mengajar daring pada bidang ilmu Sains dan Teknologi di Universitas Sumatera Utara. Peneliti mendapatkan berbagai informasi dari beberapa mahasiswa dalam proses penelitian ini, dimana mereka mengatakan pendapatnya yang berbeda-beda tentang kemampuan dosen *digital immigrant* pada saat proses mengajar daring di bidang ilmu Sains dan Teknologi Universitas Sumatera Utara. Muncul keluhan dari mahasiswa terhadap kelompok dosen yang belum familiar dengan teknik belajar digital. Dosen yang dikritisisi menjadi lebih termotivasi untuk mempelajari proses belajar daring dan dosen cenderung menanyakan teknisi digital kepada mahasiswa. Strategi teknologi yang disugesti mahasiswa meningkatkan efektifitas pembelajaran daring dalam

kelompok dosen sehinga terasa inovatif, menarik dan unik. Pengenalan dosen kepada belajar daring membuat mahasiswa puas dengan performa para dosen mengingat perbedaan generasi dan familiaritas terhadap teknologi.

Young (Sabda, 2015) menuturkan bahwa salah satu karakteristik generasi *digital immigrant* adalah mengerjakan satu tugas dalam satu waktu, sedangkan *digital native* dapat mengerjakan tugas-tugasnya dalam satu waktu. Namun, dalam penelitian ini para dosen *digital immigrant* merasa lebih menyukai sistem daring apabila berkaitan dengan efisiensi waktu. Hal itu dikarenakan mereka dapat melaksanakan perkuliahan dan kegiatan webinar lainnya dalam waktu yang bersamaan dengan memanfaatkan lebih dari satu *gadget*. Hasil penelitian ini dapat menggeser pendapat sebelumnya, dimana saat ini *digital immigrant* dapat mengerjakan tugas-tugasnya dalam satu waktu seperti generasi *digital native*. Namun, ada satu orang dosen yaitu informan ketiga yang lebih memilih sistem pembelajaran luring, dikarenakan bidang ilmu arsitek didominasi oleh pengalaman bekerja langsung di dalam studio.

Para informan berusaha untuk menghilangkan kesenjangan terhadap penggunaan teknologi dalam proses mengajar daring. Hal itu dibuktikan dengan pandangan para informan bahwa teknologi memang harus dipelajari dan dikuasai oleh setiap dosen agar dapat memberikan pengajaran yang inovatif dan modern bagi mahasiswa. Pandemi COVID-19 secara sadar memberikan dampak positif bagi kehidupan masyarakat khususnya dunia pendidikan, dimana seluruh pengajar dituntut untuk berdaptasi menggunakan teknologi dalam proses mengajar di era industri 4.0 saat ini.

Pendapat para informan di dalam penelitian ini sesuai dengan informasi triangulasi Wakil Dekan 1 yang mengatakan seluruh dosen *digital immigrant* harus berlari cepat mengejar ketertinggalan agar dapat menyesuaikan diri dengan mahasiswa. Beliau berpendapat bahwa dosen *digital immigrant* tidak diperbolehkan untuk gagap teknologi atau "gaptek" agar tidak berdampak pada komunikasi yang berlangsung dalam pembelajaran daring.

Sebagaimana yang diketahui, saat ini sistem belajar mengajar masih diberlakukan secara daring yang menyebabkan tidak dapat berinteraksinya secara langsung antara dosen dan mahasiswa di dalam setiap kegiatan perkuliahan, termasuk yang sifatnya praktik. Beberapa informan mengaku sangat sulit untuk melaksanakan praktikum secara daring, sehingga mereka hanya memberikan tugas praktikum sederhana dan mudah dilakukan oleh mahasiswa. Keputusan ini menjadi salah satu strategi dosen untuk tetap dapat melaksanakan kegiatan belajar mengajar, meskipun hal tersebut dianggap tidak optimal untuk mempelajarinya.

Informan pertama, kedua, ketiga dan keempat menyesuaikan daerah tempat tinggal mahasiswa untuk mencari bahan-bahan praktikum. Namun, hal yang berbeda terjadi pada strategi pembelajaran oleh informan kelima dan keenam. Informan kelima mengatakan bahwa kegiatan

praktikum secara daring di FASILKOM TI sudah diberlakukan bahkan sebelum masa pandemi COVID-19. Hal itu dikarenakan setiap civitas akademi dari FASILKOM TI sudah memanfaatkan *platform E-Learning* USU sebelum masa Work from Home, dimana dosen memanfaatkan media tersebut untuk memberikan materi kepada mahasiswa. Selanjutnya, mahasiswa melaksanakan tugas praktik dan didampingi oleh asisten lab yang disebut dengan Ilmu Komputer Laboratory Center (IKLC). Sedangkan, informan keenam mengatakan kegiatan praktik di Fakultas Kehutanan untuk matakuliah Komunikasi dan Informasi Kehutanan dilakukan dengan dua sesi, yaitu penanaman pohon dan penyuluhan kepada kelompok masyarakat dilakukan secara langsung (offline) dengan memperhatikan protokol kesehatan dan pemberian materi praktik dilaksanakan secara daring (online).

Surat Edaran Rektor Universitas Sumatera Utara tentang kebijakan sistem pembelajaran daring, pada poin A3 (https://www-old.usu.ac.id/id/covid-19.html, 2020) menjelaskan bahwa pelaksanaan praktikum dilaksanakan secara daring dengan metode virtual lab dan pelatihan secara mandiri. Sehingga, seluruh informan memanfaatkan kredibilitas mereka dalam penggunaan teknologi untuk memberikan materi kepada mahasiswa. Tujuan pemanfaatan kemampuan informan adalah agar perkuliahan tetap dapat dilaksanakan dan mahasiswa memahami serta mengerjakan tugasnya dengan baik.

Informan pertama mengatakan kegiatan praktikum dilakukan dengan cara mengklasifikasikan tumbuhan yang hidup di lingkungan sekitar mahasiswa ke dalam berbagai famili tumbuhan. Selanjutnya, mahasiswa harus mendokumentasikan tumbuhan tersebut dalam format foto dan video untuk diberikan penjelasannya melalui analisis yang dilakukan. Strategi ini dikatakan tidak terlalu sulit karena mahasiswa tidak memerlukan alat-alat laboraturium yang lengkap dan hanya menggunakan penalaran serta pengetahuan mahasiswa dalam mengklasifikasikan tumbuhan tersebut.

Informan pertama menyampaikan materi kepada mahasiswa sebelum mereka mengerjakan tugasnya. Materi yang disampaikan informan pertama berupa penjelasan dari berbagai foto dan video yang ia unduh dengan memanfaatkan aplikasi tambahan, yaitu Youtube Downloader. Sama hal nya dengan informan kelima, informan pertama juga berperan untuk menyampaikan materi dan asisten lab bertugas untuk mendampingi mahasiswa dalam mengerjakan tugas yang diberikan dosen pengampu. Peran asisten lab yang diberdayakan oleh informan pertama dan kelima sesuai dengan hasil penelitian (Rokhim dkk, 2020) mengenai tahap dalam kegiatan praktikum, yaitu a) pra praktikum, merupakan persiapan yang dilakukan mahasiswa dengan mempelajari konsep dan membuat rancangan kerja, dimana materi diberikan oleh dosen pengampu; b) praktikum inti, merupakan kegiatan yang dilakukan sesuai dengan rancangan kerja dan asisten lab berperan secara aktif dalam membimbing para mahasiswa; dan c) pasca praktikum, merupakan tahap

dimana mahasiswa mempresentasikan hasil praktikumnya yang disaksikan oleh dosen pengampu dan selanjutnya akan dilaksanakan kegiatan diskusi atau tanya jawab diantara mereka.

Hanafi (Suryanto, 2017) berpendapat bahwa perencanaan pesan yang baik dalam penyampaiannya akan menentukan apakah informasi tersebut tepat sasaran. Dalam penelitian ini para informan dengan perbedaan kredibilitas, mereka tetap berupaya menyampaikan informasi yang relevan dengan kondisi mahasiswa saat ini dengan menerapkan strategi menghindari praktikum yang sulit dilakukan. Sehingga, informasi yang diberikan para informan tersebut tepat sasaran.

Lancaster & Silman (Putra, 2016) mengatakan bahwa salah satu karakteristik generasi X berdasarkan cara bekerja, menunjukkan bahwa mereka menyukai hal-hal praktis dalam bekerja, sedangkan *Baby Boomer* dilihat dari faktor cara pandang merupakan orang yang berusaha mencari cara untuk melakukan suatu perubahan dari sistem yang sudah ada sebelumnya. Dalam penelitian ini karakteristik dari kedua generasi tersebut tercermin dari strategi pelaksanaan kegiatan praktikum yang diterapkan oleh seluruh informan, dimana mereka memerintahkan mahasiswa untuk mencari bahan-bahan praktikum yang praktis dan mudah ditemukan di sekitar mereka. Praktis dalam hal ini diartikan sebagai prosedur yang mudah bukan dikarenakan dosen yang menginginkan pembelajaran sederhana. Hal ini dilatarbelakangi oleh fenomena COVID-19 yang sedang dialami dan berdampak pada sistem pembelajaran. Sehingga, karakteristik generasi *Baby Boomer* dan X dikatakan sesuai dan dapat disatukan menjadi karakteristik baru generasi *digital immigrant*, yaitu sebagai generasi yang berupaya melakukan hal praktis dalam bekerja.

Salah satu syarat agar pesan tersampaikan dengan baik yaitu menggunakan penjelasan yang mudah dimengerti oleh komunikan (Suryanto, 2017). Strategi ini dilakukan oleh seluruh informan dengan memberikan gambar beserta penjelasan yang ringkas namun tepat sasaran dan video yang berisikan panduan dalam mengerjakan tugas matakuliah yang bersifat praktik. Strategi penyampaian informasi seperti itu ternyata mudah dipahami oleh mahasiswa. Sehingga, meskipun penyampaian informasi dilakukan secara daring tetapi seluruh mahasiswa dalam penelitian ini mengatakan pesan yang disampaikan oleh dosen cukup dapat dimengerti dan hal tersebut berdampak baik terhadap hasil belajar mahasiswa. Selain itu, pendapat mereka didukung dengan pernyataan kedua asisten lab yang menyatakan sejauh ini nilai mahasiswa pada kegiatan praktikum masuk ke dalam kategori cukup memuaskan.

Strategi dosen agar pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada mahasiswa adalah dengan memberikan contoh kasus. (Ananingsih, 2020) mengatakan bahwa dosen memberikan studi kasus yang berkorelasi dengan topik matakuliah yang bersifat praktik. Lalu, kegagalan selama masa praktik dapat

diformulasi menjadi contoh kasus yang memberikan tugas kepada mahasiswa untuk dikaji secara mendalam. Sehingga, tujuan praktikum akan dapat terwujud meski mahasiswa memiliki kesulitan melaksanakan praktikum secara langsung di laboraturium.

Informan pertama memberikan contoh kasus terhadap materi yang disampaikan kepada mahasiswa pada saat proses mengajar daring berupa pengalamannya langsung dalam membina mahasiswa untuk memanfaatkan hasil praktikum dan diinovasikan berdasarkan kreativitas mereka. Informan kedua memberikan contoh kasus berupa gambara seseorang yang berkonsultasi dengan dokter melalui aplikasi kesehatan Halodoc. Sedangkan, informan kelima dan keenam memberikan contoh kasus yang mereka unduh melalui beberapa situs di internet yang dianggap dapat membantu mahasiswa dalam mengerjakan tugasnya.

Merujuk pada Surat Edaran Rektor Universitas Sumatera Utara pada poin A.3 (https://www-old.usu.ac.id/id/covid-19.html, 2020) menjelaskan mahasiswa diwajibkan untuk melaksanakan pelatihan secara mandiri. Sehingga, strategi pemberian contoh kasus yang diterapkan beberapa informan penting dilakukan agar mahasiswa dapat membayangkan bagaimana prosedur pengerjaan tugas yang harus dilakukan. Hal ini dikarenakan tidak terjadinya interaksi langsung antara mahasiswa dengan dosen pada pelaksanaan praktikum yang lazimnya dilakukan secara bersama-sama di laboraturium.

Mappiare (Maslakhah, 2019) mengatakan strategi *learning by doing* dipelopori oleh John Dewey pada tahun 1859. Strategi ini berlandaskan dua alasan penting, yaitu anak adalah makhluk aktif yang menjadi suatu takdir Tuhan dan melalui bekerja anak disiapkan untuk menghadapi masa depannya. Maksud dari anak adalah makhluk aktif di sini disesuaikan dengan kondisi *digital native* yang memiliki karakter yang selalu cepat bereaksi terhadap sesuatu, terutama mengakses informasi melalui internet. Artinya, prinsip *learning by doing* adalah menjadikan peserta didik untuk terlibat secara aktif dalam proses belajar yang spontan.

Strategi *learning by doing* dilakukan oleh seluruh informan pada saat menjelaskan materi kepada mahasiswa dengan memberikan kebebasan kepada mereka untuk memanfaatkan internet sebagai referensi tambahan. Bagi informan Google merupakan sumber belajar yang memiliki informasi tanpa batas. Cara tersebut dilakukan untuk mendorong rasa keingintahuan mahasiswa akan berbagai hal yang belum mereka ketahui. Penyampaian pesan secara *learning by doing* dapat membuat mahasiswa menjadi lebih aktif ketika pembelajaran daring berlangsung dan berguna untuk mengembangkan pengetahuan, keterampilan dan pengalaman mereka. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Young (Sabda, 2015) yang mengatakan kemampuan belajar *digital native* jauh lebih cepat dibandingkan *digital immigrant,* karena segala informasi berada di ujung jari dan mereka sangat akrab dengan Google atau *search engine* lainnya.

Menurut Pierre Levy (McQuail, 2011), media baru dipandang sebagai teori yang membahas tentang perkembangan media konvensional menjadi digital. Memanfaatkan internet sebagai media belajar sangat penting dilakukan pada era 4.0. Saat ini, media baru menjadi sarana pencarian informasi karena internet dipandang sebagai perpustakaan dan sumber data lainnya serta memiliki keaktualitasan atau kecepatan dalam aksesnya. Menggunakan internet di dalam kerja dan belajar menunjukkan bahwa ilmu pengetahuan bisa didapatkan secara lebih luas oleh siapa saja penggunanya. Hal itu seperti pendapatnya (Pangondian dkk, 2019) tentang salah satu kelebihan dari sistem pembelajaran daring adalah tidak terbatasnya akses manusia terhadap perkembangan ilmu pengetahuan.

Hal yang dilakukan oleh dosen sesuai dengan minat mahasiswa sebagai *digital native* yang menyukai kebebasan dalam berekspresi. Pendapat ini juga didukung dengan pernyataan triangulasi Wakil Dekan 1 yang mengatakan bahwa dosen yang baik seharusnya mampu memberikan apa yang sebenarnya diinginkan oleh mahasiswa. Artinya, terdapat penyesuaian antara dosen dan mahasiswa di dalam suatu proses komunikasi yang berlangsung. Sehingga, strategi *learning by doing* ini dianggap cocok dilakukan dosen *digital immigrant* dalam memberikan materi kepada mahasiswa generasi *digital native.*

Strategi penyampaian pesan yang diterapkan dosen ternyata mudah dipahami oleh mahasiswa. Sehingga, meskipun penyampaian informasi dilakukan secara daring tetapi seluruh mahasiswa dalam penelitian ini mengatakan pesan yang disampaikan oleh dosen cukup dapat dimengerti dan hal tersebut berdampak baik terhadap hasil belajar mahasiswa. Selain itu, pendapat mereka didukung dengan pernyataan kedua asisten lab yang menyatakan sejauh ini nilai mahasiswa pada kegiatan praktikum masuk ke dalam kategori cukup memuaskan. Meskipun, para mahasiswa mengatakan bahwa mereka lebih memilih sistem pembelajaran luar jaringan (luring) tetapi hal itu tidak memengaruhi hasil belajar mereka.

Dosen juga melalukan penyesuaian dari aspek perekonomian mahasiswa. Sebuah berita harian yang peneliti kutip melalui media online mengatakan bahwa salah satu aplikasi *video conference* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dalam kegiatan webinar adalah Zoom. Zoom memiliki keunggulan mulai dari kualitas video yang baik, tampilan beraneka ragam fitur dan keunggulan lainnya. Namun, dari keunggulan yang dimiliki, Zoom dikenal sebagai aplikasi *video conference* yang sangat boros dalam penggunaan kuota internet. Aplikasi ini menggunakan 888 MB atau hampir mencapai 1 GB data dalam waktu satu jam dan belum termasuk dengan mengaktifkan kamera atau kualitas gambar yang dipakai (Prima, 2021).

Mengatasi hal tersebut, informan pertama menerapkan strategi untuk menyesuaikan perekonomian mahasiswa dalam memilih aplikasi pembelajaran yang tidak memakan biaya serta kuota besar. Pada saat pembelajaran akan

dimulai, informan bertanya terlebih dahulu aplikasi apa yang disepakati bersama untuk digunakan pada kegiatan belajar mengajar secara daring. Walaupun, pada akhirnya seluruh mahasiswa lebih memilih menggunakan aplikasi *video conference* Zoom, karena mereka sudah terbiasa dalam mengaksesnya. Penyesuaian kedua ini juga dilakukan oleh informan kelima, dimana ia tidak mengharuskan mahasiswa untuk mengaktifkan kamera pada saat proses mengajar daring berlangsung melalui *video conference E-Learning* USU. Selain bertujuan untuk menghemat kuota, tujuan informan kelima tidak mewajibkan mengaktifkan kamera karena mahasiswa bertempat tinggal di daerah-daerah yang sulit menangkap sinyal.

Strategi yang dilakukan oleh informan pertama dan kelima sesuai dengan salah satu peraturan di dalam Surat Edaran Rektor Universitas Sumatera Utara pada sub poin d (https://www-old.usu.ac.id/id/covid-19.html, 2020), yaitu dosen harus menyiapkan perkuliahan daring dengan memperhatikan berbagai hal penting. Salah satu hal yang perlu diperhatikan dosen di dalam pembahasan tersebut adalah kemudahan mengakses perkuliahan daring dengan mempertimbangkan kemampuan mahasiswa baik dari segi ekonomi maupun geografis untuk mendapatkan akses internet.

Komunikasi pendidikan adalah bidang ilmu yang berusaha mengkaji hubungan timbal balik dan peristiwa komunikasi yang terjadi dalam dunia pendidikan. Definisi tersebut dapat dilihat dengan mengetahui bagaimana cara berkomunikasi, apa yang digunakan, melalui apa, dimana, mengapa dan siapa yang terlibat dalam proses komunikasi (Anwar, 2020). Dapat simpulkan bahwa komunikasi di dalam pendidikan merupakan ilmu yang menjelaskan praktik-praktik pendidikan dan pembelajaran di dalam atau luar kelas, berdasarkan peninjauan akan teori dan konsep komunikasi.

Bila ditinjau dari teori Harold D. Laswell tentang kompenen utama dalam komunikasi, maka pendidikan merupakan suatu proses komunikasi. Artinya, terdapat komponen yang harus digunakan dalam pendidikan yaitu komunikator, dalam hal ini orang yang menyampaikan pesan yaitu guru atau dosen. Pesan yang disampaikan oleh pengajar berupa materi kepada komunikannya yaitu siswa atau mahasiswa (Sasongko & Marta, 2018b). Media adalah seluruh alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan berupa materi lalu melihat bagaimana efek atau hasil akhir suatu komunikasi. Artinya, seorang pengajar yang telah memberikan materi pembelajaran kepada peserta didik maka hasil yang diharapkan adalah siswa dapat memahami tujuan pembelajaran yang ditandai adanya perubahan sikap atau tingkah laku mereka.

Komunikasi tidak hanya digunakan untuk mendukung terciptanya pembelajaran yang lebih efektif dan efisien, namun juga berkontribusi dalam memecahkan berbagai permasalahan pada proses pembelajaran. Peran komunikasi pendidikan tergolong cukup strategis dalam mengoptimalkan pencapaian beragam tujuan pendidikan dan pembelajaran. Tujuan yang ada tidak

hanya sebatas *cognitive oriented* semata, tetapi juga berfokus pada pengembangan sikap dan keterampilan. Sehingga, apresiasi dari semua pihak terutama praktisi pendidikan dari keberadaan komunikasi pendidikan harus didapatkan, karena ilmu ini dianggap sebagai bentuk sinergitas antara dua bidang ilmu yang saling menguntungkan.

Sejalan dengan paradigma yang digunakan di dalam penelitian ini, yaitu konstruktivisme dimana individu berusaha memahami sesuatu lalu memaknai peristiwa tertentu dan menjalaninya sebagai kesehariannya (Mulyana, 2013). Konstruksi yang dilakukan dosen di dalam proses mengajar daring terlihat dari strategi yang mereka bentuk. Serangkaian strategi komunikasi yang dilakukan oleh para informan dengan mengkombinasikan semua elemen komunikasi seperti komunikator, pesan, saluran dan komunikan, secara keseluruhan tersusun rapi dan tetap dapat terlaksana meskipun secara daring. Sehingga, mampu mencapai target dan tujuan yang diharapkan oleh seluruh dosen, walaupun beberapa diantara mereka merasakan ada ketidak puasan dalam melaksanakan proses mengajar secara daring. Tujuan strategi komunikasi yang dilakukan oleh seluruh informan seperti pendapat (Liliweri, 2011), yaitu memberitahu, memotivasi, mendidik, dan menyebarkan informasi kepada komunikan. Selain itu, salah satu pertimbangan dasar yang harus diperhatikan dalam memahami pentingnya komunikasi pendidikan adalah proses konstruksi sosial atas realitas pendidik sebagai salah pelaku kegiatan edukasi (Suminar, 2011).

Peristiwa komunikasi dengan jelas terjadi dalam konteks pendidikan, namun seringkali hal tersebut tidak menjadi perhatian utama dalam pendidikan. Naim (Anwar, 2020), mengungkapkan bahwa masih ditemukannya guru yang mengabaikan cara berkomunikasi atau belum menyadari bahwa apa yang mereka sampaikan akan sangat memengaruhi persepsi, minat dan motivasi siswa dalam proses belajar mengajar. Proses belajar mengajar tersebut dapat disebut dengan teknik atau strategi mengajar, dimana kedua hal itu harus dibarengi dengan kemampuan komunikasi yang baik. Pada komunikasi, khususnya pemilihan penggunaan pendekatan, bahasa dan media sangat memengaruhi keberlangsungan proses belajar mengajar.

Selanjutnya, melalui penelitian ini maka peneliti memberikan beberapa karakteristik atau ciri-ciri generasi *digital immigrant* seperti; a) generasi yang berupaya melakukan hal yang praktis dalam bekerja; b) seorang mediator di jaman digitalisasi; c) tidak malu untuk bertanya; c) cara bekerja dengan *learning by doing*; d) menganggap internet sebagai referensi belajar dan bekerja; dan e) tidak malu untuk bertanya kepada pihak yang lebih muda.

Peneliti juga memberikan konsep tentang kondisi gegar teknologi, yaitu konidisi dimana generasi *digital immigrant* mengalami penolakan terhadap budaya kerja yang baru dimana adanya transformasi ke dalam sistem pembelajaran dalam jaringan (daring). Sehingga, terjadinya

penolakan terhadap diri generasi *digital immigrant* dalam mempelajari teknologi di usia yang tidak muda lagi dengan kapasatis diri individu meskipun meyakini bahwa teknologi harus dipelajari oleh setiap kalangan generasi.

KESIMPULAN

Strategi komunikasi dosen *digital immigrant* dalam proses mengajar daring pada bidang ilmu Sains dan Teknologi di Universitas Sumatera Utara didasarkan pada kredibilitas penguasaan teknologi media baru. Kredibilitas dalam penggunaan dan penguasaan teknologi media baru dilakukan untuk membuat materi perkuliahan berbentuk foto dan video agar mahasiswa dapat memahami pesan yang mereka sampaikan. Kredibiltas penguasaan teknologi media baru oleh dosen generasi *digital immigrant* didapatkan dengan cara beradaptasi dalam wujud belajar bertanya kepada pihak lain dan mengikuti video tutorial dari situs Youtube. Meskipun, terdapat dosen *digital immigrant* yang tidak mengalami kesulitan dalam penggunaan teknologi media baru sejak awal penerapan sistem pembelajaran daring, karena bidang ilmu mereka sangat erat kaitannya dengan teknologi. Strategi penyampaian pesan kepada mahasiswa dilakukan dengan berbagai cara seperti pemberian contoh kasus, menerapkan metode *learning by doing* dan penyampaian materi serta pendampingan praktikum dilakukan oleh asisten lab. Dosen juga menyesuaikan karakteristik mahasiswa seperti lokasi atau tempat tinggal untuk mencari bahan praktikum serta memperhatikan perekonomian mereka dalam memilih aplikasi pembelajaran daring yang tidak memberatkan.

DAFTAR PUSTAKA

Ananingsih, Victoria, K. (2020). *21 Refleksi Pembelajaran Daring di Masa Darurat: Menjawab Tantangan Teknologi Daring Menuju Kelulusan Tepat Waktu*. Universitas Katolik Soegijapranata.

Annisa. (2019). Hubungan Persepsi Orang Tua Tentang Dampak Smartphone Terhadap Perkembangan Sosial Pada Anak Di Kelompok Bermain Gugus 1 Kecamatan Nanggalo Kota Padang. *Jurnal Ilmiah Potensia*, *4*(1).

Anwar, Citra, R. (2020). *Komunikasi Pendidikan Dosen dan Budaya Kampus*. Penerbit Lakeisha.

Aslam, F., Aimin, W., Li, M., & Rehman, K. U. (2020). Innovation in the era of IoT and industry 5.0: Absolute innovation management (AIM) framework. *Information (Switzerland)*, *11*(2). https://doi.org/10.3390/info11020124

Barokah, S., Mustofa, D., & Rahmadani, P. P. (2021). Kredibilitas Celebrity Endorser Dan Minat Beli Penggemar Raffi Ahmad Dan Nagita Slavina. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, *4*(3), 511–520.

Chandra, D. O., Hubeis, A. V. S., & Sukandar, D. (2015). Kepuasan Kerja Generasi X Dan Generasi Y Terhadap Komitmen Kerja Di Bank Mandiri Palembang. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, *3*(1), 12–22. https://doi.org/10.17358/jabm.3.1.12

Chinmi, M., Marta, R. F., Haryono, C. G., Fernando, J., & Goswami, J. K. (2020). Exploring online news as comparative study between Vendatu at India and Ruangguru from Indonesia in COVID-19 pandemic. *Journal of Content, Community and Communication*, *10*(6), 167–176. https://doi.org/10.31620/JCCC.06.20/13

Felix, A. (2021). Analisa Kinerja Suatu Perusahaan di Jakarta dengan Menggunakan Balanced Scorecard. *Digismantech (Jurnal Program Studi Bisnis Digital)*, *1*(1). https://doi.org/10.30813/digismantech.v1i1.2286

Fernandes dkk. (2021). Adaptasi Dosen Digital Immigrant Terhadap Pelaksanaan Pembelajaran pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Socius*, *8*(1). https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.24036/scs.v8i1.298

Hanana, A., Tirta, N. W., Roem, E. R., & Lestari, Y. (2020). Sponsor-Oriented Marketing Communication By Padang Tv for Maintaining Local-Cultural Content. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, *6*(02), 159. https://doi.org/10.30813/bricolage.v6i02.2155

Harita, F. M., Sadono, T. P., Sya, M., Fernando, J., & Goswami, J. K. (2020). Traveloka as the Ultimate Workplace for Millenial Graduates in Information and Technology. *ASPIRATION Journal*, *1*(November), 163–181.

https://www-old.usu.ac.id/id/covid-19.html. (2020). *Surat Edaran Rektor No: 3195/UN.5.1.R/KPM/2020 Tentang Kewaspadaan dan Pencegahan Penyebaran Infeksi Corona Virus Disease (COVID-19) di Lingkungan Universitas Sumatera Utara*.

Joa, C. Y., & Magsamen-Conrad, K. (2021). Social influence and UTAUT in predicting digital immigrants' technology use. *Behaviour & Information Technology*, 1–19. https://doi.org/10.1080/0144929X.2021.1892192

Kementrian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi, B. K. dan K. P. (2018). *Pengembangan Iptek dan Pendidikan Tinggi di Era Revolusi Industri 4.0*. BRIN Badan Riset Dan Inovasi Nasional. https://www.brin.go.id/pengembangan-iptek-dan-pendidikan-tinggi-di-era-revolusi-industri-4-0/

Kiouzepi, M., Kavallari, D., Staurou, A., & Vamvakidou, I. (2019). Historical Documentary Gender Identities in Goumenissa of Greece Multimodal Research Material. *Review of European Studies*, *11*(2), 59. https://doi.org/10.5539/res.v11n2p59

Kurniawati, L. S. M. W., Marta, R. F., & Amanda, M. (2021). Utilization of COVID-19 Digital Media Literacy through the New habid Marble Online Game in Early Children. *Journal Communication Spectrum*, *10*(2). https://doi.org/10.36782/jcs.v10i2.2142

Latukolan, J. J., Marta, R. F., & Engliana, E. (2021). When Words Matter: Language Choices and Brand Building on Two Global Coffee Shop Retail Brands in Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, *4*(2), 2899–2906. https://doi.org/10.33258/birci.v4i2.1974

Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Kencana Prenada Media Group.

Lubis, Lusiana, A. (2014). *Pemahaman Praktis Komunikasi Antarbudaya*. USU PRESS.

Lumampauw, A., Marta, R. F., Nugroho, Y., Sandel, T. L., & Lie, S. (2021). The art of honing the conscience through bukalapak ads : barongsai Indonesia , juara hati membangun bangsa. *International Journal of Visual and Performing Arts*, *3*(1), 9–21. https://doi.org/https://doi.org/10.31763/viperarts.v3i1.342

Mamat, R., Rashid, R. A., Halim, H. A., & Mansor, N. S. (2018). Manga and anime consumption as a learning media among japanese learners in malaysian public universities. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, *34*(3), 298–313. https://doi.org/10.17576/JKMJC-2018-3403-18

Marta, R. F., & Septyana, V. (2015). Semiotika Pemasaran pada Brand Value Melalui Sign Berupa Layout Berita dan Iklan Ibadah Haji (Studi Komparasi pada Harian Pos Kota dengan Rakyat Merdeka). *Semiotika : Jurnal Komunikasi*, *9*(2), 482–508. https://journal.ubm.ac.id/index.php/semiotika/article/download/24/18

Maslakhah, S. (2019). Penerapan Metode Learning by Doing Sebagai Implementasi Filsafat Pragmatisme dalam Mata Kuliah Linguistik Historis Komparatif. *Jurnal Ilmiah Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, *27*(2), 5.

Mawalia, K. Al, & Sanityastuti, M. S. (2020). Komunikasi Antar Budaya Madura dan Yogyakarta (Studi Etnografi Adaptasi Speech Code Mahasiswa Madura pada Masyarakat Yogyakarta). *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat*, *3*(2), 169. https://doi.org/10.14421/panangkaran.2019.0302-02

McQuail, D. (2011). *Media Performance: Mass Communication and The Public Interest*. Sage Publication.

Mudhita, S., Setiawan, S., Kurniawati, L. S. M. W., Marta, R. F., & Chinmi, M. (2021). Komparasi Efektifitas Komunikasi pada Bimbingan Belajar Konvensional dengan Ruang Guru di Masa Pandemi COVID-19. *Expose: Jurnal Ilmu*

Komunikasi, *4*(1), 49. https://doi.org/10.33021/exp.v4i1.1346

Mulyana, D. dan S. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi: Contoh Contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis*. PT Remaja Rosdakarya.

Pangondian, Roman, Andrianto, P. I. S. dan E. N. (2019). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesuksesan Pembelajaran Daring dalam Revolusi Industri 4.0. *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)*.

Prima, E. (2021). *Kemendikbudristek Salurkan Kuota Gratis Rp 2,3 Triliun Mulai September*. https://tekno.tempo.co/read/1490882/kemendikbudristek-salurkan-kuota-gratis-rp-23-triliun-mulai-september

Putra, Yanuar, S. (2016). Theoritical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti*, *9*(18), 5–7.

Putra, A. M., Anggoro, A. D., Aunul, S., & Putra, R. D. (2021). Understanding the Motives and Typifications of Youtuber Gaming on Social Media: A Phenomenology Study. *ASPIRATION Journal*, *2*(1), 22–50.

Rokhim dkk. (2020). Pengembangan Virtual Laboratory Pada Praktikum Pemisahan Kimia Terintegrasi Telefon Pintar. *JKTP: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, *3*(2). https://doi.org/https://doi.org/10.17977/um038v3i22020p216

Sabda, S. dkk. (2015). Digital Native dan Digital Immigrant (Studi tentang Penggunaan Teknologi Informasi oleh Guru Madrasah di Kalimantan Selatan). *Jurnal UIN-Antasari*, 2.

Sasongko, Y. P. D., & Marta, R. F. (2018a). Ekspresi Identitas Melalui Relasi Ayah Dan Anak Pada Iklan Youtube Grab Official. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, *4*(02), 118. https://doi.org/10.30813/bricolage.v4i02.1656

Sasongko, Y. P. D., & Marta, R. F. R. F. (2018b). Ekspresi Identitas Melalui Relasi Ayah Dan Anak Pada Iklan Youtube Grab Official. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, *4*(02), 118. https://doi.org/10.30813/bricolage.v4i02.1656

Satvikadewi, A. A. I. P., Danadharta, I., & Aprianto, B. (2019). KEBERLANJUTAN JURNALISTIK SEHAT DI ERA KONVERGENSI DARING SUARASURABAYA.NET DENGAN PENDEKATAN ENGAGEMENT PYRAMID. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, *5*(2), 177–194. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30813/bricolage.v5i02

Schmidt, F. (2021). Party Populism and Media Access: The News Value of Populist Communication and How It Is Handled by the Mass Media. *International Journal of Communication*, *14*(1), 2360–2382.

Septiarysa, L., Marta, R. F., & Agung, H. (2021). Anotasi Rasa Empati selama Pandemi COVID-19 pada Konten Digital Pariwara Youtube

Rosalia Indah. *Jurnal Komunikasi Profesional*, *5*(5), 451–468. https://doi.org/https://doi.org/10.25139/jkp.v5i5.4125

Soewardikoen, D. W., & Fauzy, M. T. (2020). Perangkap Visual Iklan Pop Up Di Smartphone. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, *6*(02), 135–146. https://doi.org/10.33633/andharupa.v6i02.3357

Suminar, Jenny, R. (2011). Konstruksi Identitas Guru Profesional Sebagai Komunikator Pendidikan: Studi Fenomenologi Identitas Guru Profesional Pada Komunikasi Pendidikan di Kota Bandung. *Indonesian Journal of Dialectics*, *1*(4).

Suryanto. (2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. CV Pustaka Setia.

Xiong, A., & Proctor, R. W. (2018). Information processing: The language and analytical tools for cognitive psychology in the information age. *Frontiers in Psychology*, *9*(AUG). https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01270